
VVO:N PITKÄAIKAISTEN ASUKKAIDEN PALKITSEMINEN ASUKASTAPAHTUMILLA



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö
Liiketalouden koulutusohjelma, tradenomi
Hämeenlinna, kevät 2013

Anna Holopainen



HÄMEENLINNA

Liiketalouden koulutusohjelma, tradenomi

Markkinointi

Tekijä	Anna Holopainen	Vuosi 2013
Työn nimi	VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden palkitseminen asukastapahtumilla	

TIIVISTELMÄ

Tämä toiminnallinen opinnäytetyö on tehty toimeksiantona VVO-yhtymä Oyj:lle. Työn tarkoitus on suunnitella ja toteuttaa käytännönläheinen tutkimus tapahtuman järjestämisestä ja tapahtumaedun suunnittelusta VVO:lle. Tavoitteena on suunnitella tutkimuksellisten kehittämistyön menetelmien avulla toimiva malli VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden palkitsemiseen järjestämällä heille mieluisia tapahtumia. Opinnäytetyön toiminnallinen osuus koostuu ensimmäisen pitkäaikaisten asukkaiden tapahtuman järjestämisestä Hämeenlinnassa 7.3.2013.

Tapahtuman tavoite on järjestää VVO:n pitkäaikaisille asukkaille miellyttävä tapahtuma, jossa he viihtyvät ja jonka kautta he tuntevat olevansa erityisen tärkeitä asiakkaita VVO:lle. Tapahtumassa tavoitellaan myös myönteistä vuorovaikutusta niin asukkaiden ja VVO:n välillä kuin asukkaiden välillä keskenään. VVO:n näkökulmasta tavoitteina ovat asiakasuskollisuuden kasvattaminen, asiakastyytyväisyyden parantaminen sekä VVO:n houkuttelevuuden lisääminen asumispalvelujen tuottajana.

Teoriatiedon ja käytännön tekemisen kautta saadun tiedon pohjalta on tehty myös opas vastaavanlaisten tapahtumien järjestämiseen jatkossa. Opinnäytetyöraportti oppaineen toimii lähtökohtana tulevien tapahtumien järjestämiselle. Opas on tiivis tietopaketti pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien järjestämisessä huomioon otettavista asioista.

Hämeenlinnan tapahtuma toteutui onnistuneesti. Vieraat olivat tapahtumaan kokonaisuudessaan tyytyväisiä. Vastaavanlaisia tapahtumia toivottiin lisää ja niiden koettiin vaikuttavan myönteisesti asiakkuuteen VVO:ssa. Myös tapahtumalle asetetut tavoitteet toteutuivat kiitettävästi.

Avainsanat Tapahtuma, tapahtumamarkkinointi, tapahtuman järjestäminen, tapahtuman suunnittelu

Sivut 55 s. + liitteet 24 s.

Hämeenlinna
Degree Program in Business Economics
Marketing

Author	Anna Holopainen	Year 2013
Subject of Bachelor's thesis	Awarding VVO's long-term residents with events	

ABSTRACT

This functional thesis has been made as an assignment for VVO-yhtymä Oyj. The purpose of the thesis is to plan and execute a practical research about organizing an event and planning an event-based benefit model for VVO. The goal is to plan a working model of awarding VVO's long-term residents by organizing pleasant events for them. The research based developmental methods are used in planning the model. The functional part of this thesis includes organizing the first event for long-term residents in Hämeenlinna on 7th of March 2013.

The goal of the event is to organize a pleasant event for VVO's long-term residents in which they enjoy spending their time. The goal is also to make the long-term residents aware of their special importance to VVO as clients. Positive interaction both between the clients and between the clients and VVO is aspired. In the perspective of VVO the goals are to increase the loyalty of the clients, to improve the clients' contentment and to increase the attractiveness of VVO as a provider of housing services.

A guide book of organizing similar events in the future based on both theoretical and practical knowledge has also been made. The report version of the thesis with its guide book operates as a baseline for organizing any future events. The guide book provides comprehensive information in a compact form about organizing events for long-term residents.

The event in Hämeenlinna was a success. The guests were very satisfied with the event. They hoped for more similar events. They also thought that the event influenced their customership with VVO in a positive way. The event fulfilled its goals excellently.

Keywords Event, event marketing, event planning, event management

Pages 55 p. + appendices 24 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Raportin rakenne	3
1.2	Toiminnallinen opinnäytetyö	3
1.3	Toimeksiantajan esittely.....	4
1.4	Tavoitteet.....	4
1.5	Lähestymistapa ja menetelmät	6
1.6	Keskeiset käsitteet	7
1.7	Työn taustat	9
2	TAPAHTUMAMARKKINOINTI.....	11
2.1	Tapahtumalajit.....	11
2.2	Tapahtumasisällöt.....	15
2.3	Asiakastapahtumat	16
3	TAPAHTUMAN SUUNNITTELU	18
3.1	Tapahtumaprosessi	18
3.2	Tapahtumabrief	21
3.3	Kohderyhmä	22
3.4	Kustannusarvio.....	25
3.5	Kutsut	27
3.6	Ilmoittautuminen	29
3.7	Opasteet ja sisääntulo	30
3.8	Ohjelma	31
3.9	Tapahtumapaikka	32
3.10	Ajankohta	33
3.11	Tarjoilut.....	34
3.12	Henkilöstö ja vastuunjako	35
3.13	Swot-analyysi	36
4	TAPAHTUMAN TOTEUTUS	39
4.1	Kutsut	39
4.2	Ilmoittautuminen ja tapahtumasta muistuttaminen	40
4.3	Ruokailu ennen teatteria.....	41
4.4	Teatteri ja väliaikatarjoilut	42
5	TAPAHTUMAN JÄLKEEN.....	44
5.1	Palaute tapahtumasta	44
5.2	Tapahtuman onnistumisen arviointi	46
5.3	Kehitysehdotukset	48
6	TYÖSKENTELYN ARVIOINTI.....	51
	LÄHTEET	53
Liite 1	Muistilista tapahtumaan mukaan otettavista asioista	
Liite 2	Hämeenlinnan teatteri-illan 7.3.2013 kutsukortti	
Liite 3	Palautekyselyn avoimet vastaukset	
Liite 4	Opas pitkäaikaisten asukkaiden tapahtuman järjestämiseen	

1 JOHDANTO

Yleisesti ottaen voidaan todeta, että pitkäaikainen ja yritykseen sitoutunut asiakas on yritykselle kaikista kannattavin. Yritys voi vaikuttaa omalla toiminnallaan asiakkaidensa sitoutumiseen. Yrityksen tuotteiden tai palveluiden halpa hinta voi vaikuttaa asiaan, mutta yleensä asiakas sitoutuu sitä paremmin, mitä tyytyväisempi hän on yleisesti yrityksen toimintaan ja miten vahvasti hän on sitoutunut yritykseen tunnetasolla. Yritys voi tavoitella sitoutuneita asiakkaita muun muassa suhdemarkkinoinnin keinoin.

Evert Gummessonin (2004, 21, 38) mukaan suhdemarkkinointi tarkoittaa suhdeverkostojen sisäiseen vuorovaikutukseen perustuvaa markkinointia, jolla voidaan edesauttaa asiakkaiden säilyttämistä ja ehkäistä asiakkaiden menettämistä. VVO on vuokra-asuntoyritys, jonka suhdemarkkinoinnin muotoja ovat asukasyhteistyö ja asukasedut. Asukasyhteistyön avulla pyritään luomaan suhteita sekä asiakkaan ja yrityksen välillä että asiakkaiden välillä keskenään. Asukasetujen kautta taas pyritään palkitsemaan pitkäaikaisesta asiakkuudesta ja kannustamaan asiakkaita pitkäaikaiseen asiakassuhteeseen. Erilaisilla eduilla viestitään asiakkaalle, että hän on yritykselle tärkeä ja että häntä arvostetaan. Yksi tehokas suhdemarkkinoinnin muoto ovat erilaiset tapahtumat, joita on toteutettu VVO:lla jo useana vuotena. Niiden kautta voidaan saavuttaa myös yhteisöllisyyden tunnetta tehokkaasti.

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on suunnitella ja lanseerata VVO:lle uusi asukasetu: pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumat. Pitkäaikaisella asukkaalla tarkoitan tässä raportissa vähintään kymmenen vuotta yhtäjaksoisesti VVO:lla asunutta vuokrasopimukselle merkittyä yksityishenkilöä. Yhtäjaksoinen asiakkuus tarkoittaa asumisaikaa VVO:lla ja mahdollisesti useassa eri asunnossa. Asiakkuusaika lasketaan siis siitä, kun asukas on ensimmäisen kerran muuttanut VVO:n vuokra-asuntoon. Asiakkuusaika katkeaa, jos asiakas asuu poissa VVO:lta kauemmin kuin puoli vuotta kerrallaan.

Tapahtumia on järjestetty asukasetuna jo useana vuotena. Esimerkiksi vuonna 2012 järjestettiin SM-liigan jääkiekkoiltoja ja vuosina 2011 ja 2010 elokuvailtoja. Tapahtumia on järjestetty myös eläintarhoissa ja Tiedekeskus Heurekassa. Tapahtumiin ovat saaneet osallistua kaikki asukkaat asumisajasta riippumatta. Vuonna 2013 on tarkoitus järjestää pitkäaikaisille asukkaille omia tapahtumia. Tällöin kutsun tapahtumaan saa vain valittu joukko, kun aiemmin kutsu on lähtenyt kaikille asukkaille VVO:n asiakaslehdessä, Asukas-lehdessä. VVO:lla on asuntoja 45 paikkakunnalla ja sillä on 13 alueellista toimistoa. Tapahtumia tulee järjestää useampia eri paikkakunnilla, jotta mahdollisimman moni asukas pystyy sijainnin perusteella osallistumaan.

Olen työskennellyt VVO:n asukasetujen parissa syyskuusta 2008 lähtien. Työnkuvaani kuuluu muun muassa asukasetujen ylläpito ja kehittäminen, raportointi, asiakaspalvelu, sosiaalinen media sekä Asukas-lehden toimitaminen. Olen ollut myös mukana aiemmin mainittujen jääkiekko- ja elo-

kuvailtojen suunnittelussa ja toteutuksessa, mistä olen saanut hyvää käytännön kokemusta tapahtumien järjestämisestä. Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumat kuitenkin eroavat sisällöltään, tarkoitukseltaan, tavoitteiltaan ja kohderyhmältään aiemmin järjestetyistä tapahtumista. Tämän takia pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumat tulee toteuttaa eri tavalla, kuin aiemmin järjestetyt tapahtumat.

Tässä raportissa pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumat ovat teatteri-iltoja. Tarkoitus on, että jokaisella VVO-kotikeskusalueella järjestetään tapahtuma kerran kolmessa vuodessa. Vuonna 2013 järjestetään siis kolmasosa tapahtumista, jolloin vuoden 2015 jälkeen on toteutettu tapahtuma jokaisella VVO-kotikeskusalueella. Vuonna 2016 konseptia kannattanee uudistaa ja kutsua asukkaat esimerkiksi konserttiin tai johonkin muuhun kulttuuritapahtumaan, joka olisi mahdollisimman monelle mieleinen.



Kuvio 1. Tutkimuksellisen kehittämistyön prosessi (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 22–48).

Työskentelyni perusta on Ojasalon, Moilasen ja Ritalahden kirjassa Kehittämistyön menetelmät (2009, 22–48) esitetyn tutkimuksellisen kehittämistyön prosessi (kuvio 1). Prosessi alkaa kehittämiskohteen tunnistamisesta ja alustavien tavoitteiden määrittämisestä. Tämän jälkeen kehittämiskohteeseen perehdytään teoriassa ja käytännössä, eli etsitään aiheeseen liittyvää tietoa. Yrityksestä ja sen toimintaympäristöstä kootun taustatiedon ja tutkimustiedon avulla määritellään tarkempi kehittämistehtävä ja rajataan kehittämisen kohde. Tämän jälkeen voidaan kuvata kehittämistyöhön liittyvät prosessit ja suunnittelemaan lähestymistapa sekä menetelmät. Suun-

nittelutyön jälkeen kehittämistyö julkistetaan ja toteutetaan. Viimeisenä vaiheena on prosessin ja lopputulosten arviointi.

1.1 Raportin rakenne

Tämä opinnäytetyöraportti koostuu kuudesta pääluvusta. Raportissa ei ole erillistä tietoperustaosiota, vaan esittelen käytännön toimenpiteet ja ratkaisut yhdessä tietoperustan kanssa vuorovaikutuksessa keskenään. Näin tietoperustan yhteys käytäntöön syntyy luontevasti, ja tehdyt ratkaisut ja toimenpiteet on helppo perustella. Näin raportista tulee myös helppolukuisen. Lisäksi teorian tieto ja käytännön osuus pysyvät tasapainossa.

Johdantoluvussa johdatan lukijan aiheeseen ja käyn läpi kehittämistyön prosessin kulun. Käsittelen myös toiminnallisen opinnäytetyön piirteitä ja esittelen toimeksiantajayrityksen. Lisäksi määritän ja perustelen työn tavoitteet, lähestymistavat sekä valitsemani menetelmät. Johdantoluvussa määrittelen myös keskeiset tapahtumiin liittyvät käsitteet sekä esittelen työn taustoihin liittyviä asioita.

Toisessa pääluvussa käsittelen tapahtumamarkkinoinnin käsitettä. Esittelen myös erilaisia tapoja määritellä ja luokitella tapahtumia sekä analysoin pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumia näiden pohjalta. Käyn läpi myös asiakastapahtuman käsitteen sekä esittelen asiakastapahtumien järjestämisen syitä ja yleisiä tavoiteltuja hyötyjä.

Pääluvut 3-5 etenevät loogisesti tapahtuman suunnittelusta tapahtuman toteutukseen ja lopulta tapahtuman jälkeen tehtäviin toimenpiteisiin. Tapahtuman suunnittelu -kappaleessa käyn yksityiskohtaisesti läpi suunnittelun prosessia, joka sisältää budjetoinnin, aikataulutuksen ja kaikkien muiden käytännön asioiden suunnittelun. Tapahtuman toteutus -luvussa kerron esimerkkitapahtuman avulla siitä, miten tapahtuma todellisuudessa sujui, sillä lähes aina käy niin, ettei aivan kaikki mene niin kuin on alun perin suunniteltu. Tapahtuman jälkeen -luvussa analysoin asiakkailta saatuja palautteita sekä annan arvioni tapahtuman onnistumisesta. Lopuksi esitän ajatuksiani ja kehitysideoitani pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien järjestämiseksi jatkossa.

Viimeisessä pääluvussa analysoin ja käyn läpi opinnäytetyön tekemisen prosessia. Käsittelen myös työhön liittyviä onnistumisia, epäonnistumisia, haasteita ja havaintoja. Työskentelyni arvioinnissa olen hyödyntänyt opinnäytetyöpäiväkirjaa, jota olen kirjoittanut jo aivan prosessin alusta lähtien. Opinnäytetyöraportin liitteenä 4 on opinnäytetyöni produkti eli toiminnallinen osuus. Se on opas pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien järjestämiseen ja sitä on tarkoitus hyödyntää tulevien tapahtumien järjestämisessä.

1.2 Toiminnallinen opinnäytetyö

Toiminnallisessa opinnäytetyössä tavoitellaan käytännön toiminnan ohjaamista, opastamista, toiminnan järjestämistä tai järjeistämistä. Työ voi olla esimerkiksi opas, ohjeistus tai jonkin tapahtuman, kuten messuosas-

ton, konferenssin tai näyttelyn järjestäminen. Tapahtuman järjestämiseen liittyvän opinnäytetyöraportin tulee käsitellä tapahtuman ohjelmaa ja siihen liittyviä ratkaisuja, mahdollisen ilmoittautumisen, majoitusjärjestelyjen ja osallistumismaksun määräytymistä, kutsuprosessia sekä sopimuksia. Toiminnallisen opinnäytetyön raportista tulee selvittää mitä, miksi ja miten on tehty, millainen työprosessi on ollut, sekä millaisiin tuloksiin ja johtopäätöksiin on päädytty. Lisäksi raportista tulee ilmetä oman prosessin, tuotoksen ja oppimisen arvioinnin keinot. (Vilka & Airaksinen, 2003, 9, 55, 65.)

Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössäni toiminnallinen osuus on ensimmäisen pitkäaikaisten asukkaiden tapahtuman suunnitteleminen ja toteuttaminen. Teoriatiedon sekä käytännön toiminnan pohjalta olen tehnyt opinnäytetyöraportin liitteeksi oppaan vastaavanlaisten tapahtumien järjestämiseksi jatkossa (liite 4). Opinnäytetyöraportti sisältää Vilkan ja Airaksisen ohjeiden mukaisesti tapahtumaan liittyvien ratkaisujen perustelemisen, käytännön työn kuvaamisen ja arvioinnin sekä oman oppimisen arvioinnin.

1.3 Toimeksiantajan esittely

VVO on asuntovuokraukseen erikoistunut julkinen osakeyhtiö, joka rakennuttaa, markkinoi ja isännöi omat asuntonsa. Liiketoiminta perustuu siis asuntojen omistamiseen ja vuokraukseen. VVO:lla on noin 40 000 vuokra-asuntoa 45 paikkakunnalla Suomessa. Pääkonttori sijaitsee Helsingissä, minkä lisäksi VVO:lla on 13 alueellista toimipistettä, VVO-kotikeskusta, eri puolilla Suomea. Työntekijöitä on noin 340. (VVO-yhtymä Oyj:n vuosikertomus vuodelta 2012.)

VVO on Suomen suurin valtakunnallinen vuokra-asuntoyhtiö. Yrityksen omistajina on eläkeyhtiöitä, ammattiliittoja, säätiöitä, rahastoja ja kaupunkia. Liikevaihto vuonna 2012 oli 335,4 miljoonaa euroa. VVO:n liikevoitto oli 120,4 miljoonaa euroa eli 35,9 prosenttia liikevaihdosta. Tulosenen veroja oli 70,3 miljoonaa euroa. (VVO-yhtymä Oyj:n vuosikertomus vuodelta 2012.)

VVO:n visio vuodelle 2020 on olla halutuin ja tehokkain vuokranantaja. Asukkaille vision toteuttaminen näkyy turvallisena asumisena, monipuolisena asuntotarjontana, hyvänä asiakaspalveluna ja toiminnan parhaina käytäntöinä. Lähtökohtana VVO:n toiminnassa on hyvä asiakaskokemus, jossa toteutuu palvelun vaivattomuus ja helppous. Strategia perustuu asiakaslähtöiseen toimintaan ja jatkuvaan kehittymiseen. VVO:n arvoja ovat luotettavuus, asiakastyytyväisyys, tuloksellisuus ja innovatiivisuus. (VVO-yhtymä Oyj:n vuosikertomus vuodelta 2012.)

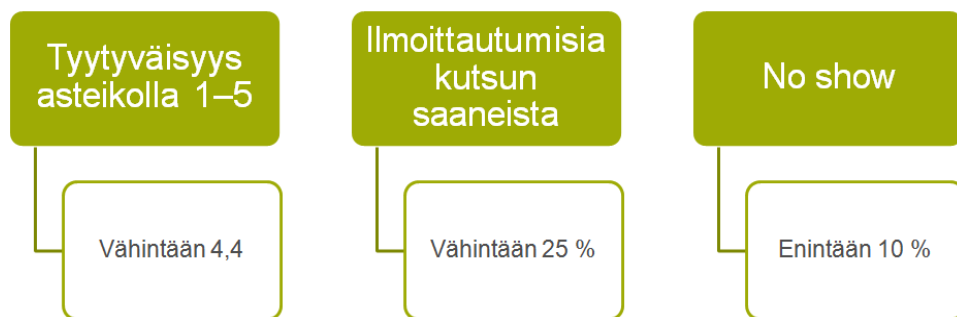
1.4 Tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on suunnitella ja toteuttaa käytännönläheinen tutkimus tapahtuman järjestämisestä ja tapahtumaedun suunnittelusta VVO:lle. Tavoitteena on suunnitella tutkimuksellisten kehittämistyön me-

netelmien avulla toimiva malli VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden palkitsemiseen järjestämällä heille mieluisia tapahtumia. Kaikkien päätösten ja käytännön ratkaisujen taustalla huomioidaan teoria- ja tutkimustietoa.

Opinnäytetyöraportin liitteenä (liite 4) on opas pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien järjestämiseen. Opinnäytetyöraportti oppaiseen toimii lähtökohtana tulevien tapahtumien järjestämiselle, ja sitä voi hyödyntää myös muut yrityksen työntekijät. Opas on tiivis tietopaketti pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien järjestämisessä huomioon otettavista asioista. Tavoite on, että mahdollisista tapahtuman järjestämiseen liittyvistä virheistä ei jokaisen tarvitse oppia omakohtaisesti, vaan oppaan avulla ne voi jatkossa välttää.

Tapahtuman tavoite on järjestää VVO:n pitkäaikaisille asukkaille miellyttävä tapahtuma, jossa he viihtyvät ja jonka kautta he tuntevat olevansa erityisen tärkeitä asiakkaita VVO:lle. Tapahtumassa tavoitellaan myös myönteistä vuorovaikutusta niin asukkaiden ja VVO:n välillä kuin asukkaiden välillä keskenään. VVO:n näkökulmasta tavoitteina ovat asiakasuskollisuuden kasvattaminen, asiakastyytyväisyyden parantaminen sekä VVO:n houkuttelevuuden lisääminen asumispalvelujen tuottajana.



Kuvio 2. Hämeenlinnan teatteri-illan 7.3.2013 mitattavat tavoitteet.

Tapahtuman vaikutuksia esimerkiksi asiakasuskollisuuteen on vaikea mitata. On kuitenkin olemassa joitakin mittareita, joita voidaan arvioida tarkasti ja luotettavasti. Ennen Hämeenlinnan teatteri-iltaa asetin tapahtumalle kolme mitattavaa tavoitetta: kokonaistyytyväisyys tapahtumaan, osallistumisprosentti ja no show -prosentti (kuvio 2).

Asukkaille voidaan lähettää tapahtuman jälkeen palautekysely esimerkiksi tekstiviestitse. Kyselyssä kerätään avointa palautetta sekä pyydetään antamaan tapahtumalle arvosana asteikolla 1–5. Syksyllä 2012 järjestettyjen jääkiekkoiltojen keskimääräinen arvosana oli 4,4. Hämeenlinnan tapahtumaan asetin tavoitteeksi saavuttaa vähintään tämän saman keskimääräisen arvosanan.

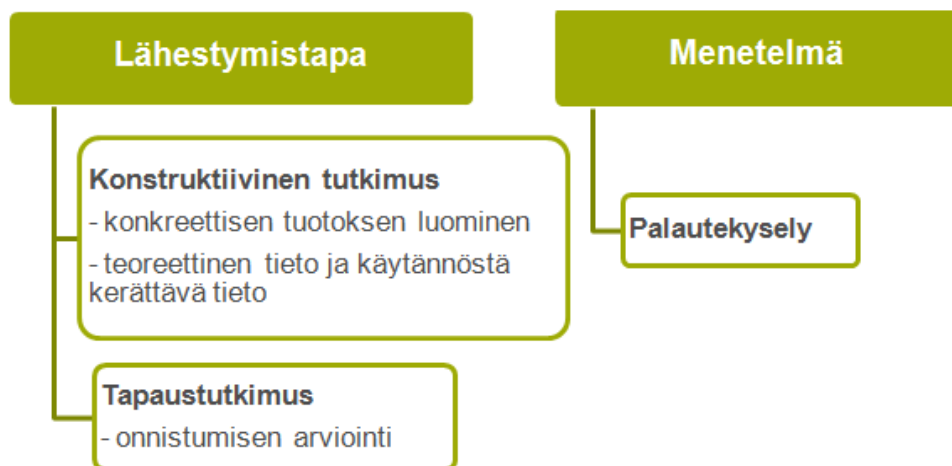
Tapahtuman houkuttelevuutta kohderyhmän näkökulmasta voidaan mitata osallistumisprosentilla. Mitä suurempi osa kutsun saaneista ilmoittautuu tapahtumaan, sitä onnistuneemmin tapahtuma on suunniteltu kohderyhmälle. Avainasemassa on kutsukortti, jonka perusteella osallistuja tekee osallistumispäätöksensä. Erilaisilla tapahtumilla voi olla hyvinkin erilaisia osallistumisprosentteja. Uskon, että esimerkiksi henkilökohtaisissa juhli-

sa, kuten häissä ja syntymäpäiväjuhlissa, joihin kutsutaan sukulaisia ja ystäviä, on erityisen hyvä osallistumisprosentti. Myös arvostettuihin juhliin, kuten tasavallan presidentin itsenäisyyspäivän juhlavastaanottoon, on luultakseni todella hyvä osallistumisprosentti. Toisaalta esimerkiksi yritysten markkinointitapahtumiin ei ainakaan henkilökohtaisesti tule osallistuttua yhtä innokkaasti. Asetin Hämeenlinnan tapahtumalle tavoitteeksi, että joka neljäs kutsun saanut ilmoittautuisi eli osallistumisprosenttitalavoite on vähintään 25 prosenttia.

No show tarkoittaa sitä ihmismäärää, joka on ilmoittautunut tapahtumaan mutta ei kuitenkaan saavu paikalle (Vallo & Häyrinen 2012, 126). Tapahtumien tavoitteena on siis saada mahdollisimman pieni no show -prosentti. Syksyn jääkiekkoihtoihin osallistui noin 80–85 prosenttia ilmoittautuneista, eli no show -prosentti oli 15–20 prosenttia. Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa tavoitteena on, että vähintään 90 prosenttia ilmoittautuneista saapuu paikalle. Osallistumisprosenttiin voi vaikuttaa esimerkiksi muistutamalla tapahtumasta edellisenä päivänä. Myös tapahtuman kiinnostavuus kohderyhmän kannalta vaikuttaa asiaan.

1.5 Lähestymistapa ja menetelmät

Ennen tutkimusmenetelmien valintaa on hyvä pohtia yleisesti lähestymistapaa, jolla kehittämistyötä aiotaan viedä eteenpäin. Lähestymistapoja ovat muun muassa tapaustutkimus, toimintatutkimus, konstruktiiivinen tutkimus, innovaatioiden tuottaminen, ennakointi ja verkostotutkimus. Kehittämistyössä on yleensä yhden lähestymistavan sijaan piirteitä useasta lähestymistavasta. Valinnassa voi käyttää luovuutta ja poimia eri lähestymistavoista ne piirteet, jotka parhaiten sopivat kyseessä olevaan kehittämistyöhön. Valinnat täytyy perustella ja kuvata selkeästi kehittämistyöhön liittyvissä raporteissa ja muissa julkaisuissa. (Ojasalo ym. 2009, 51–52.)



Kuvio 3. Opinnäytetyön lähestymistavat ja menetelmä.

Tämän opinnäytetyön lähestymistapa on konstruktiiivinen tutkimus. Se sopii kehittämistyön lähestymistavaksi silloin, kun tavoitteena on luoda konkreettinen tuotos, esimerkiksi uusi tuote, suunnitelma, mittari tai malli. Siinä pyritään käytännönläheiseen ongelmanratkaisuun luomalla uusi ra-

kenne, joka perustuu olemassa olevan teoreettisen tiedon lisäksi käytännöstä kerättävään tietoon. Käytännössä konstrukttiivinen tutkimus on suunnittelua ja käsitteellistä mallintamista sekä niiden toteutusta ja testaamista. (Ojasalo ym. 2009, 65.)

Tapahtuman onnistumisen arvioinnissa olen käyttänyt myös tapaustutkimuksen lähestymistavan elementtejä. Tapaustutkimus sopii kehittämistyön lähestymistavaksi silloin, kun halutaan ymmärtää syvällisesti kehittämisen kohdetta ja tehtävänä on tuottaa kehittämis ehdotuksia ja -ideoita. Tutkimuksen kohde voi olla esimerkiksi yritys tai sen osa, tuote, palvelu, toiminta tai prosessi. Tapaustutkimuksessa tarkoitus on tuottaa yksityiskohtaista tietoa tutkittavasta tapauksesta sen todellisessa tilanteessa ja toimintaympäristössä. (Ojasalo ym. 2009, 52–53.)

Kehittämistyön tavoitteiden ja lähestymistavan määrittelemisen jälkeen voidaan määrittää kehittämisen tukena käytettävät menetelmät. Kehittämistyöhön voi valita useita erilaisia menetelmiä. Tutkimusmenetelmiä ovat esimerkiksi haastattelut, havainnointi, kyselyt, dokumenttianalyysi, ennakoointiin liittyvät menetelmät, yhteisölliset ideointimenetelmät ja benchmarking. Menetelmät on vanhastaan jaettu kvantitatiivisiin eli määrällisiin ja kvalitatiivisiin eli laadullisiin tutkimusmenetelmiin. Tutkimuksellisessa kehittämistyössä kvantitatiivisten ja kvalitatiivisten menetelmien raja kuitenkin hämärtyy, jolloin menetelmät ovat pikemminkin välineen roolissa ja auttamassa parhaisiin mahdollisiin uusiin käytäntöihin. (Ojasalo ym. 2009, 93–94.)

Tässä opinnäytetyössä käytän menetelmänä kyselyä, joka lähetetään osallistujille tapahtuman jälkeen tekstiviestitse. Valitsin kyselyn palautteiden keräämisen menetelmäksi sen nopeuden ja tehokkuuden takia. Kysely toteutetaan tekstiviestitse, sillä en halunnut rasittaa osallistujia paikan päällä paperisilla lomakkeilla. Tekstiviestitse lähetettävä kysely myös tavoittaa todennäköisesti jokaisen tapahtumaan osallistuneen.

1.6 Keskeiset käsitteet

Tapahtuma voidaan määritellä ihmisjoukoksi, joka on kerääntynyt yhteen väliaikaisesti ja tarkoituksella. Tapahtuman väliaikaisuus tarkoittaa sitä, että tapahtuma alkaa ja päättyy tietynä hetkenä. Alkamis- ja päättymisajankohdan väliin sijoittuu itse tapahtuma ja sen ohjelma. Tapahtumalla on myös aina jokin tarkoitus, jonka takia se järjestetään. Yleensä tapahtumiin liittyy myös suunnitelmallisuus. Joskus tapahtumat voivat kuitenkin olla spontaaneja, jolloin ne saattavat olla reaktioita johonkin ajankohtaiseen asiaan. Esimerkiksi Walesin prinsessa Dianan menehdyttyä auto-onnettomuudessa, ihmiset kokoontuivat spontaanisti prinsessaan liittyviin paikkoihin suremaan ja toivat niihin kukkia ja surunvalitteluja. (Bladen, Kennell, Abson & Wilde 2012, 3–5.)

Tapahtumat voivat olla kertaluonteisia tai niitä voidaan järjestää toistuvasti, esimerkiksi vuosittain. Myös toistuvissa tapahtumissa jokainen yksittäinen tapahtuma on ainutlaatuinen, sillä tapahtumapaikka, ihmiset, ohjelma ja tapahtuman hallinta muodostavat aina erilaisen sekoituksensa. Vaikka

tapahtumaan osallistuisivatkin samat ihmiset, ovat heidän kokemuksensa erilaisia. (Getz 2005, 16–17.)

Erilaisten tapahtumien kirjo on laaja. Tapahtumia ovat muun muassa kulttuuritapahtumat, näyttelyt, messut, festivaalit, kokoukset, yksityistilaisuudet, urheilutapahtumat ja yritysten markkinointitapahtumat. Tapahtumien koko voi vaihdella muutaman hengen tilaisuuksista suuriin massatapahtumiin. Myös tapahtuman järjestämisen syitä on monia, kuten esimerkiksi yrityksen liiketaloudelliset tavoitteet, merkkipäivän juhlistaminen tai varojen kerääminen. (Emerit 2011, 5.)

Laajan käsityksen mukaan tapahtumamarkkinointia ovat kaikki tilaisuudet, jossa tuodaan vuorovaikutteisella tavalla yhteen yritys ja sen kohderyhmä. Tapahtumamarkkinoinniksi voidaan lukea myös kaikki tapahtumat, jossa markkinoidaan tai muutoin edistetään yrityksen tuotteiden myyntiä. Oleellista tapahtumamarkkinoinnissa on, että se on osa yrityksen markkinointistrategiaa ja että se on tavoitteellista toimintaa, jolla vaikutetaan yrityksen imagoon tai tuotteiden brändiin. Lisäksi on tärkeää, että tapahtumat ovat linjassa muiden markkinointitoimenpiteiden kanssa ja että tapahtumille määritellään kohderyhmä ja tavoitteet. (Vallo & Häyrinen 2012, 20.)

Bergström ja Leppänen (2009, 455) huomauttavat, ettei tapahtumamarkkinointia pidä sekoittaa sponsorointiin. Sponsoroinnissa kyse on yrityksen yhteistyöstä ulkopuolisen tapahtuman kanssa, kun taas tapahtumamarkkinointi tarkoittaa yrityksen oman markkinointitilaisuuden järjestämistä. Yrityksen sponsoroima henkilö voi kuitenkin olla mukana tapahtumamarkkinoinnissa esimerkiksi tilaisuuden esiintyjänä.

Tapahtumamarkkinoinnin kohderyhmänä voivat olla yrityksen nykyiset tai potentiaaliset asiakkaat, sidosryhmät tai henkilökunta. Tässä opinnäytetyössä käsitellän tapahtumamarkkinointia, joka kohdistuu erityisesti yrityksen nykyisiin asiakkaisiin. Asiakastapahtuma-termillä tarkoitan tapahtumamarkkinointia, jonka kohderyhmänä ovat yrityksen olemassa olevat asiakkaat.

Tapahtuman suunnittelu on prosessi, jossa tapahtuma suunnitellaan, valmistetaan ja toteutetaan. Prosessi sisältää muun muassa arviointia, määrittelyjä, hankintoja, ohjaamista, valvontaa sekä ajan, rahan, henkilökunnan, tuotteiden, palvelujen ja muiden resurssien analysointia. Tapahtuman suunnitteluprosessin tavoitteena on toteuttaa tapahtuma, joka täyttää määritellyt tavoitteet. (Sivers 2003.)

Bladen ym. (2012, 3) määrittelevät tapahtuman suunnittelun sellaiseksi organisoimiseksi ja koordinoimiseksi, jolla tavoitellaan tapahtuman tavoitteiden saavuttamista. Tapahtuman suunnittelu voidaan määritellä myös kyvyksi hallita tapahtumaan liittyvää tarkoitusta, paikkaa ja ihmisjoukkoa. Tarkoitus voi olla esimerkiksi: kaupallisuus, kilpailu, kokoontuminen, konsertti, hyväntekeväisyys tai hauskanpito. Tapahtumapaikkana voi olla esimerkiksi koti, kaupunki, maaseutu, halli, ravintola, kongressikeskus tai melkein mikä tahansa muu paikka. Ihmisjoukko voi muodostua yhteisöstä,

asiakkaista, perheestä, ystävistä, kilpailijoista tai muusta sellaisesta. (Raj, Walters & Rashid 2013, 5–6.)

Tapahtuman järjestämisen prosessi voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen: suunnitteluun, toteutukseen ja jälkimarkkinointiin. Suunnitteluvaiheessa käynnistetään projekti ja suunnitellaan kaikki käytännön organisointi. Toteutusvaiheeseen sisältyy tapahtuman rakentaminen, toteuttaminen ja purkaminen. Jälkimarkkinointivaiheessa kiitetään osallistujia sekä kerätään palautetta. (Vallo & Häyrinen 2012 157–158, 164, 180–181.) Tässä opinäytetyössä käsittelen näitä kolme vaihetta sekä teorian että käytännön taustalla.

1.7 Työn taustat

VVO:n avainasukasohjelma käynnistyi vuonna 2007 ja itse olen työskennellyt etujen parissa vuodesta 2008 lähtien. Avainasukasohjelman ja asukasetujen tavoitteina on alusta asti ollut asiakasuskollisuuden kasvu ja asumisaikojen pidentyminen. Asukasetujen kautta pyritään viestimään asukkaille, että he ovat VVO:lle tärkeitä ja että heitä ja heidän asiakkuuttaan VVO:lla arvostetaan. Asukasetujen tehtävänä on vaikuttaa siihen, miltä VVO:lla tuntuu asua.

Taulukko 1. VVO:n asukasedut vuonna 2013 (VVO:n asukasedut 2013).

Alennusedut	<ul style="list-style-type: none"> Eri palveluntarjoajien myöntämiä etuja ja alennuksia Esimerkiksi Viking Line, Gigantti, Lainalaatikko
Asukasarvonta	<ul style="list-style-type: none"> Vuosittain toteutettava arvonta, jossa arpanumeroita saa asumisvuosien mukaan; yksi numero jokaista asumisvuotta kohden
Maalietu	<ul style="list-style-type: none"> Maalit ja materiaalit omatoimiseen pintaremonttiin veloitusetta Myönnetään tarpeen mukaan ja tarvittaessa useamman kerran samaan asuntoon
Tapahtumaedut	<ul style="list-style-type: none"> Valtakunnallisia tapahtumia, joihin on perinteisesti kutsuttu kaikki asukkaat Esimerkiksi SM-liigan jääkiekko-ottelut, elokuvaillat
Tasavuosilahja	<ul style="list-style-type: none"> Pyöreitä vuosia (10, 15, 20, 25 jne.) asuneita asukkaita muistetaan pienellä lahjalla Asukas voi valita mieleisensä lahjan viidestä tai kuudesta eri vaihtoehdosta
Uudiskohde-tiedotteet	<ul style="list-style-type: none"> Yli kuusi vuotta VVO:lla asuneille tiedotetaan asuinalueen VVO:n uudisrakennus- ja perusparannuskohteista ennen yleisen markkinoinnin alkamista
Vakuudenpalautus	<ul style="list-style-type: none"> Kolmen vuoden asumisen jälkeen asukkaalla on mahdollisuus saada vakuusrahansa takaisin jo asumisaikana Palautukselle on tiettyjä ehtoja, esimerkiksi vakuus tulee olla itse maksettu ja vuokratästä ei saa olla
Yllätysedut	<ul style="list-style-type: none"> Muita ennalta määrittelemättömiä etuja Esimerkiksi festarilippujen arvonta, nopeimmille risteilylahjakortteja tai sisustuslehti

Asukasetujen ensimmäinen etu oli vakuudenpalautus, joka on hieman uudistettuna käytössä edelleen. Asukkaiden on mahdollista saada vakuusraha takaisin vähintään kolmen vuoden VVO:lla asumisen jälkeen. Muita etuja ovat asukasarvonta, tasavuosilahjat, maalietu, uudiskohdetiedottaminen, alennusedut sekä erilaiset tapahtumaedut. Lisäksi satunnaisesti järjestetään erilaisia yllätysetuja (taulukko 1). (VVO:n asukasedut 2013).

Tapahtumaedut ovat olleet VVO:n yksi suosituimmista, toivotuimmista ja kiitetyimmistä asukaseduista. Valtakunnallisia tapahtumaetuja on järjestetty jo useana vuotena. Näihin tapahtumiin on kutsuttu kaikki asukkaat asumisajasta riippumatta. Vuonna 2007 tapahtumaetuna oli eläintarhapäivä ja vuonna 2008 oli tapahtumapäivät tiedekeskus Heurekassa Vantaalla ja Tietomaassa Oulussa. Vuosina 2010 ja 2011 järjestettiin elokuvailtoja. Elokuvailtoja järjestettiin molempina vuosina neljässätoista kaupungissa. Vuonna 2012 järjestettiin jääkiekkoiltoja SM-liigan parissa, yksi jokaisen SM-liigajoukkueen kotipelissä. Myös syksylle 2013 on suunnitteilla tapahtumaetukiertue. (VVO:n asukasedut 2013).

Vuoden 2013 alussa päätettiin luopua avainasukas-termistä. Näin ollen ei myöskään puhuta enää avainasukasohjelmasta, vaan VVO:n asukaseduista. Tarkoituksena on tuoda asukasedut erillisestä ohjelmasta lähemmäs VVO:n tapaan toimia. Vuosien varrella avainasukasohjelmaa ja asukasetuja on muutoinkin kehitetty paljon. Esimerkiksi avainasukaskorteista luovuttiin vuoden 2010 alussa ja on toteutettu erilaisia yllätysetuja.

Vuonna 2013 VVO:lla toteutetaan viimeisen kerran 5- ja 10-vuotisremonttiedut. Nämä edut ovat palkinneet pitkäaikaisesta asumisesta erilaisin remontein. Edut poistetaan siksi, että vuoden 2013 asuntoihin tullaan tekemään viiden vuoden välein määräaikaistarkastukset taloittain. Näin ollen asunnot tullaat jatkossakin tarkastamaan ja kunnostamaan viiden vuoden välein. Erona aikaisempaan on, että tarkastukset tapahtuvat asumisajasta riippumatta. Uudessa mallissa saavutetaan kustannussäästöjä, kun aiemmin remontteja on jouduttu tilaamaan yksitellen. Tällöin samalla rahalla saadaan aikaiseksi entistä enemmän. 5- ja 10-vuotisetuihin budjetoidut rahat siirtyvät vuoden 2014 alusta lähtien määräaikaistarkastuksiin. (Muutoksia asukasetuihin 2013, 35.)

Vuoden 2012 lopulla aloitettiin niin sanottu ASSI-projekti (asumiseen sitouttaminen) kehittämään avainasukasohjelman toimintaa. Olin myös itse mukana projektissa. Suurimmat projektin myötä tapahtuneet muutokset olivat avainasukas-termistä luopuminen sekä 5- ja 10-vuotisetujen lopettaminen. Myös aikaisemmat muuttoetu ja 3-vuotisetu yhdistettiin maalieduksi. Maaliudessa asukas voi saada maalit ja materiaalit omatoimiseen pintaremonttiin asumisajasta riippumatta. Koska 5- ja 10-vuotisedut ovat palkinneet erityisesti pitkäaikaisia asukkaita, ideoitiin ASSI-projektissa uusia etuja pitkäaikaisille asukkaille. Koska tapahtumaedut ovat olleet hyvin suosittuja, päätettiin lanseerata pitkäaikaisille asukkaille omia tapahtumia, joihin lähetetään kutsut asumisvuosien perusteella. Tämä opinnäytetyöraportti käsittelee näiden tapahtumien lanseeraamista, suunnittelutytöitä ja toteutusta.

2 TAPAHTUMAMARKKINOINTI

Jatkuvasti lisääntyvä informaatiotulva on saanut yritykset etsimään vaihtoehtoisia markkinointikeinoja, kun perinteiset markkinoinnin keinot eivät enää tavoita haluttua kohderyhmää toivotulla tavalla. Tämän seurauksena tapahtumamarkkinointi on lisääntynyt viime vuosina. Tapahtumamarkkinointi tarkoittaa nimensä mukaisesti tapahtuman ja markkinoinnin yhdistämistä. Se on toimintaa, jossa tavoitteellisella ja vuorovaikutteisella tavalla yhdistetään yritys ja kohderyhmä valitun teeman ja idean ympärille tapahtumaan. (Vallo & Häyrynen 2012, 19.)

Tapahtumamarkkinointia on ollut jo kauan, mutta sen muoto ja keinot ovat muuttuneet vuosien saatossa paljon. Nykypäivänä tapahtumamarkkinoinnilla tarkoitetaan tilannetta, jossa tapahtuman kautta viestitään halutulle kohderyhmälle jostakin asiasta. Tämä asia voi olla esimerkiksi tiedon välittämistä, tiedon keräämistä tai palkitsemista. (Tapahtumamarkkinointi.eu n.d.a)

Vielä 1970-luvulla tapahtumamarkkinoinnin termiä ei vielä edes tunnettu. Yhteistyökumppaneille, asiakkaille ja henkilöstölle järjestettävät tilaisuudet olivat 70–80-luvuilla syömiseen ja juomiseen keskittyviä tilaisuuksia, joilla ei ollut varsinaisia tavoitteita ja joilta ei odotettu mitään erityisiä tuloksia. 1990-luvulla tapahtumamarkkinointi yleistyi ja kaikkia mahdollisia tapahtumien muotoja kokeiltiin. Syntyi myös paljon erilaisia tapahtumiin erikoistuneita yrityksiä. 2000-luvulla tapahtumamarkkinoinnista tuli entistä kohdistetumpaa ja suunnitellumpaa. Isojen massatapahtumien sijasta suositaan pienempiä tapahtumia, joissa isännyydellä on keskeinen sija. (Vallo & Häyrynen 2012, 23–24.)

Maailmanlaajuisesti katsottuna tapahtumamarkkinointia on toteutettu aiemmin lähinnä suurissa urheilutapahtumissa. Viime vuosina tapahtumamarkkinointi on siirtynyt myös muunlaisiin virkistystapahtumiin ja erityisesti kulttuurin pariin. Monissa tapahtumapaikoissa, kuten festivaaleilla, areenoilla, elokuvateattereissa ja konserttisaleissa, on nykyään mahdollista järjestää tapahtumamarkkinointitilaisuuksia VIP-aitioissa tai muissa yksityistiloissa. Myös erilaisten VIP-palvelujen tarjonta on monipuolistunut. Vuonna 2008 alkanut maailmanlaajuinen talouskriisi sai monet yritykset pienentämään ja kohtuullistamaan tapahtumamarkkinoinnin määrärahojaan. (Bladen ym. 2012, 312–313.)

2.1 Tapahtumalajit

Tapahtumia voidaan luokitella ja ryhmitellä monilla eri tavoilla. Getz (2005, 19) kuitenkin huomauttaa, että tapahtumien kirjo on niin laaja, että kaikki luokittelutavat ovat ainakin jonkin verran puutteellisia. Hän itse jakaa tapahtumat kulttuuritapahtumiin, poliittisiin ja valtiollisiin tapahtumiin, taide- ja viihdetapahtumiin, yritystapahtumiin, koulutustapahtumiin, urheilukilpailuihin, vapaa-ajan tapahtumiin sekä yksityistilaisuuksiin.

Koon mukaan tapahtumat voidaan lajitella paikallisiin tapahtumiin (local/community events), suurtapahtumiin (major events), paikkakunnalle tunnusomaisiin tapahtumiin (hallmark events) ja megatapahtumiin (mega-events). Paikallisissa tapahtumissa osallistujamäärät, medianäkyvyys ja taloudelliset hyödyt ovat yleensä pieniä. Niiden tarkoitus on yleensä tuottaa paikalliselle väestölle viihdettä ja lisätä sosiaalisuutta. Suurtapahtumiksi voidaan luokitella tapahtumat, joissa osallistujamäärät ja medianäkyvyys ovat suuria, ja jotka tuottavat taloudellista hyötyä tapahtuma-alueelle. Paikkakunnalle tyypilliset tapahtumat ovat tulleet tunnetuksi jonkin tietyn kaupungin tai alueen kanssa. Esimerkiksi Rion karnevaalit yhdistyvät vahvasti Rio de Janeiroon. Megatapahtumat ovat usein urheilutapahtumia, jotka vaikuttavat maailmanlaajuisesti mediaan ja talouteen. Megatapahtumiksi luetaan esimerkiksi Olympialaiset. (Bowdin, Allen, O'Toole, Harris, McDonnell 2011, 18–21.)

Tapahtumat voidaan ryhmitellä myös niiden muodon ja sisällön perusteella kulttuuri-, urheilu- ja yritystapahtumiin. Nämä kolme tapahtumatyyppiä voidaan jakaa edelleen alaluokkiin. Kulttuuritapahtumiin kuuluvat esimerkiksi musikaalit, oopperat ja festivaalit ja yritystapahtumiin kokoukset ja messut. Myös esimerkiksi messut voidaan edelleen jakaa koon tai muodon perusteella alaluokkiin. Urheilutapahtumat voidaan jakaa alaluokkiin esimerkiksi tapahtuman koon tai urheilulajin perusteella. (Bowdin ym. 2011, 22–27.)

Shone ja Parry (2004, 3–4) jakavat tapahtumat neljään eri lajiin tapahtuman päämäärän mukaan. Tällöin tapahtumat voidaan jakaa vapaa-ajan tapahtumiin, kulttuuritapahtumiin, henkilökohtaisiin tapahtumiin ja organisoituihin tapahtumiin. Vapaa-ajan tapahtumia ovat esimerkiksi urheilu- ja virkistystapahtumat. Kulttuuritapahtumista hyviä esimerkkejä ovat erilaiset taidetapahtumat. Henkilökohtaisia tapahtumia ovat muun muassa häät, hautajaiset ja syntymäpäivät. Organisoituja tapahtumia ovat esimerkiksi hyväntekeväisyystapahtumat ja messut. Tapahtumissa on kuitenkin yleensä päällekkäisyyksiä, eli niistä voidaan löytää elementtejä useasta eri päämäärästä. Esimerkiksi yrityksen virkistyspäivä on yrityksen näkökulmasta organisoitu tapahtuma, mutta henkilökunnan näkökulmasta vapaa-ajan tapahtuma.

Edellä mainittujen luokittelutapojen mukaan VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumat voidaan määritellä paikallisiin tapahtumiin ja yritystapahtumiin. Shonen ja Parryn (2004, 3–4) määritelmän mukaan pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumat ovat VVO:n näkökulmasta organisoituja tapahtumia, mutta asukkaiden kannalta vapaa-ajan tapahtumia. Mielestäni on kuitenkin mielekkäintä tarkastella pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumia luokittelemalla tapahtumia niiden toteuttamistavan mukaan. Vallo ja Häyrinen (2012, 59–64) jakavat tapahtumat itse rakennettuihin, ulkoistettuihin, ketjutettuihin ja kattotapahtumiin (taulukko 2).

Taulukko 2. Eri toteuttamistapojen mukaan jaoteltujen tapahtumalajien edut ja haasteet (Vallo & Häyrinen 2012, 61–65.)

Tapahtumalaji	Edut	Haasteet
Itse rakennettu tapahtuma	<ul style="list-style-type: none"> - Valta päättää tilaisuuden luonne - Ei erillisiä suunnittelukustannuksia 	<ul style="list-style-type: none"> - Suuri työmäärä ja vastuu - Vaatii paljon osaamista
Ulkoistettu tapahtuma	<ul style="list-style-type: none"> - Voidaan räätälöidä yrityksen tarpeisiin - Tapahtumatoimiston erityisosaaminen ja laaja alihankintaverkosto käytettävissä - Ei vaadi paljoa yrityksen henkilöstöresursseja 	<ul style="list-style-type: none"> - Suunnittelukustannukset - Sisällön löytäminen tapahtumatoimiston kulissien lisäksi - Järjestelyjen kontrollointi - Yrityksen brändin mukainen tapahtuman luominen
Ketjutettu tapahtuma	<ul style="list-style-type: none"> - Tarjolla valmiita paketteja erilaisiin teemoihin ja tarpeisiin - Kustannukset tiedetään ennalta 	<ul style="list-style-type: none"> - Tapahtuman osien sitominen kokonaisuudeksi - Erillisten osien tukeminen yrityksen mainetta ja brandia - Varmistamisen onnistuminen - Siirtymät osasta toiseen
Kattotapahtuma	<ul style="list-style-type: none"> - Teema tulee valmiina - Kattotapahtuman ohjelmaa ei tarvitse itse järjestää 	<ul style="list-style-type: none"> - Kattotapahtuman onnistumiseen ei itse voi vaikuttaa - Vaatii oman tapahtuman järjestämisen kattotapahtuman sisälle

Itse rakennettu tapahtuma tarkoittaa yrityksen itse suunnittelemaa ja toteuttamaa tapahtumaa. Se vaatii yritykseltä hyvää sitoutumista ja suurta työpanosta. Itse rakennetun tapahtuman onnistuminen edellyttää, että yrityksestä löytyy osaava vastuuhenkilö, jolla on aikaa suunnitella ja toteuttaa tapahtuma. Suuren työmäärän ja vastuun vastapainoksi itse rakennetussa tapahtumassa ei ole erillisiä tapahtumatoimiston suunnittelukustannuksia. (Vallo & Häyrinen 2012, 61–62.)

Ulkoistetussa tapahtumassa tapahtumatoimisto ideoi ja toteuttaa tapahtuman toimeksiantajayrityksen tavoitteiden, kohderyhmän ja budjetin mukaisesti. Tällöin tapahtumatoimiston erityisosaaminen ja laaja alihankintaverkosto saadaan hyödynnettyä tapahtumasuunnittelussa. Ulkoistetun tapahtuman järjestäminen ei vaadi yritykseltä niin suuria ponnistuksia kuin itse rakennettu tapahtuma. Toisaalta tapahtumatoimiston hyödyntämisestä joutuu aina maksamaan. Yrityksen tulee myös joka tapauksessa osallistua suunnittelutyöhön ja tehdä yhteistyötä tapahtumatoimiston kanssa koko tapahtumaprojektin ajan, jotta tapahtumasta saadaan yrityksen brändin ja toiveiden mukainen. (Vallo & Häyrinen 2012, 62–63.)

Ketjutettu tapahtuma tarkoittaa tapahtumaa, jossa yritys ostaa valmiita tapahtuman osia ja linkittää ne yhteen. Valmiin tapahtuman osista rakennetaan toimiva tapahtumaketju halutun idean ja teeman mukaisesti. Kaikkien tapahtumien osien tulee palvella tapahtuman tavoitteita ja sen ideaa. Haasteena voi olla tapahtumien osien sitominen toimivaksi kokonaisuudeksi.

Linkityksen voi tehdä myös tapahtumatoimisto. Ketjutetussa tapahtumassa kustannukset ovat hyvin tiedossa ja valmiita paketteja erilaisiin teemoihin ja tarpeisiin on paljon tarjolla. (Vallo & Häyrynen 2012, 63–64, 65.)

Kattotapahtumassa oma tapahtuma rakennetaan valmiin tapahtuman ja sen teeman sisälle. Kattotapahtumia ovat esimerkiksi festivaalit ja urheilukilpailut. Myös kattotapahtumissa täytyy valmiista tapahtumasta huolimatta suunnitella ja toteuttaa oma tapahtumapaketti. Kattotapahtumassa täytyy siis käydä läpi kaikki tapahtumanjärjestämisen vaiheet, jotka itse rakennetussakin tapahtumassa käydään läpi. Kattotapahtumassa erityisen tärkeää on isännän rooli. Hänen täytyy olla selvillä, mitä tapahtuu ja milloin. Mikäli tapahtuman tarkoitus on pelkästään huomionosoitus, voi vieraita muistaa pelkillä pääsylipuilla ilman erillisen tapahtuman järjestämistä. Riskinä kattotapahtumassa on päätapahtuman epäonnistuminen, mihin on vaikea itse vaikuttaa. (Vallo & Häyrynen 2012, 64–64, 67.)

Itse rakennetussa tapahtumassa tulee huolehtia tapahtuman kaikista järjestelyistä ruokatarjoiluineen ja ohjelmineen. Tämä toimintatapa ei ole järkevä toteuttaa pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa rajallisten henkilöstöresurssien vuoksi. Itse rakennettu tapahtuma vaatii huomattavan paljon työaikaa ja osaamista, varsinkin kun sen suhteuttaa varsin pieneen osallistujamäärään. Itse rakennettua tapahtumaa voi olla myös hankala kopioida eri paikkakunnille.

Ulkoistettu tapahtuma voi olla mahdollinen tapahtumalaji pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa, etenkin jos osallistujamäärä on erityisen suuri. Tämäkin tapahtumalaji vaatii kuitenkin paljon osallistumista tapahtuman järjestelyihin, vaikka tapahtumatoimisto onkin työssä suurena apuna. Myös tapahtuman tavoitteet täytyy määritellä itse. Lisäksi tapahtuman tarkoitus on, että asukkaat voivat tavata toistensa lisäksi myös VVO:n henkilökuntaa. Tämän takia tapahtuman isännöintiä ei voi ulkoistaa tapahtumatoimistolle. Tapahtuman isäntien tulee olla hyvin perillä tapahtuman käytännön järjestelyistä, joten heidän kannattaa olla läheisesti mukana tapahtuman suunnittelussa alusta lähtien. Tapahtumatoimiston palkkio saattaa myös viedä tapahtumabudjetista turhan suuren osuuden. Lisäksi tämän opinnäytetyöraportin liitteenä olevan oppaan avulla tapahtuman järjestäminen on mahdollista toteuttaa onnistuneesti myös itse. Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa järjestämisen periaatteet ja tapahtuman sisältö ovat melko samanlaisia, vaikka osallistujamäärä vaihtelee. Tarvittaessa isommissa kaupungeissa voi myös järjestää kaksi samanlaista tapahtumaa kahtena tai kolmena eri päivänä.

Ketjutettu tapahtuma on sopii mielestäni parhaiten sellaisiin tapahtumiin, joissa osallistujamäärä on melko pieni. Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa on vieraina paljon iäkkäitä ihmisiä, joiden liikkuminen paikasta toiseen saattaa olla hankalaa. Isoa vierasjoukkoa on myös hankala hallita, varsinkin kun kaikkia osallistujia ei pysty heti oppimaan tuntemaan ulkona. Ketjutetussa tapahtumassa saattaa olla myös hankalampaa saada tapahtumasta VVO:n näköinen. Ketjutetun tapahtuman palveluja ei myöskään ole välttämättä saatavissa kaikilla VVO-kotikeskusalueilla, joten tapahtuman kopioiminen paikkakunnalta toiselle on hankalaa.

Hämeenlinnan tapahtuma 7.3.2013 oli kattotapahtuma, jossa Hämeenlinnan teatterin teatteriesityksena ympärille rakennettiin VVO:n oma tapahtuma. Erilaisia kattotapahtumia kannattaa hyödyntää myös jatkossa VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa. Pelkkä pääsylippujen jakaminen ei riitä tavoitteiden saavuttamiseksi, vaan kattotapahtuman alle tulee järjestää kohderyhmälle suunniteltu tavoitteellinen tapahtuma.

Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien tapahtumalajiksi suosittelen kattotapahtumaa. Se ei vaadi ohjelman suunnittelulta niin paljoa kuin muut tapahtumalajit. Toisaalta tapahtuman järjestelyissä ei voi oikaista, vaan tapahtuma on suunniteltava huolellisesti joka tapauksessa. Tapahtuman runko on helppo suunnitella kattotapahtuman aikataulun ja teeman mukaisesti ja sen ympärille. Oleellista on myös kattotapahtuman valinta. Esimerkiksi teatteri-illoissa kannattaa huomioida teatterin valinnassa tapahtuman kohderyhmä. Mikäli teatteriesitys on liian taiteellinen tai vaikeasti tulkittava, saattaa vieraille jäädä koko tapahtumasta huono mielikuva. Kattotapahtumaksi kannattaa valita tapahtuma, jonka onnistumisesta voi olla varma. Esimerkiksi kaupunginteattereilla on pitkä kokemus teatteriesitysten järjestämisestä, joten voi olla aika vakuuttunut siitä, että käytännön järjestelyt ja aikataulut toimivat teatterin puolesta moitteettomasti.

2.2 Tapahtumasisällöt

Tapahtumat voidaan erotella myös niiden aikaansaamien kokemusten perusteella aistimus-, hyöty- ja joukkoonkuulumistapahtumiin. Tapahtuman kokemus perustuu tapahtuman toimintaympäristöön ja vieraiden roolin aktiivisuuteen. Usein tapahtumat sisältävät piirteitä kaikista kolmesta tapahtumasisällöstä. (Catani 2008.)

Aistimustapahtumia ovat muun muassa konsertit, gaalat, juhlapäivälliset, show't ja esitykset. Niissä korostuvat tapahtuman ohjelma ja viihteellisyys sekä toimintaympäristö. Vieraiden rooli on aistimustapahtumissa melko passiivinen, ja heidän pääasiallinen tehtävä on seurata ohjelmaa ja nauttia aistimuksista. Vieraiden keskinäinen vuorovaikutus ei ole aistimustapahtumissa kovin merkityksellistä. Oleellisempaa ovat aistimuksen vaikutukset sekä vieraan, aistimuskohteen ja ympäristön vuorovaikutussuhteet. (Catani 2008.)

Hyötytapahtumissa osallistumisoikeus perustuu vieraan asemaan tai johonkin aikaisempaan saavutukseen. Vieras voidaan kutsua esimerkiksi VIP-tapahtumaan, kutsuvierasaitioon tai hänet voidaan päästää vierailulle kulissien taakse. Näin vieras saa jotain enemmän kuin valitun joukon ulkopuolella jäävät saavat. Hyötytapahtumassa sosiaalisen vuorovaikutuksen merkitys on suurempi kuin aistimustapahtumassa, sillä hyötytapahtumassa vieras voi kokea joukkoon kuulumisen tunteen ja olla yksi valituista. (Catani 2008.)

Joukkoonkuulumistapahtumissa vieraiden rooli on aktiivinen ja tapahtuman merkityksellisyys perustuu vieraiden väliseen vuorovaikutukseen. Seurustelu ja sosiaalinen vuorovaikutus korostuvat, kun taas toimintaym-

päristön vaikutus ole kovin merkittävä. Joukkoonkuulumistapahtumassa jokainen vieras vaikuttaa osaltaan tapahtumasta saatavaan kokemukseen. (Catani 2008.)

Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa on elementtejä jokaisesta edellä mainituista tapahtumasisällöstä. Tapahtumien tärkeä osuus on teatteriesitys tai muu vastaava näytös tai show, jossa vieraiden roolina on seurata ja nauttia esityksestä passiivisena osapuolena. Tapahtumissa on myös hyötytapahtuman piirteitä, sillä tapahtumaan voivat osallistua vain pitkäaikaiset asukkaat. Tapahtuman konkreettinen hyöty vieraille ovat maksuttomat ruoka- ja juomatarjoilut sekä teatteriesitys. Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumat ovat myös joukkoonkuulumistapahtumia. Tärkeä osa tapahtumien sisältöä ovat VVO:n ja asukkaiden välinen vuorovaikutus, mutta myös vieraiden keskinäinen vuorovaikutus. Näin jokainen vieras vaikuttaa osaltaan tapahtuman onnistumiseen.

2.3 Asiakastapahtumat

Asiakastapahtumien järjestämisen syitä voi tarkastella monesta eri näkökulmasta riippuen siitä, mitä kyseisellä asiakastapahtumalla tavoitellaan. Yleensä asiakastapahtumilla tavoitellaan uusia asiakkaita, vanhojen asiakkaiden säilyttämistä tai myynnin tehostamista. Tässä raportissa käsittelen erityisesti sellaisia asiakastapahtumia, joiden tarkoitus on säilyttää olemassa olevat asiakkaat ja luoda heidän kanssaan mahdollisimman pysyvä ja läheinen asiakassuhde.

Yritysten tärkein pääoma ovat asiakkaat. Siksi toimiva asiakassuhde on parasta, mitä yritys voi saada. Asiakkaan tuntemus ja asiakassuhteen lujittaminen ratkaisevat paljon. Asiakkaiden kohtaaminen kasvokkain esimerkiksi asiakastapahtumissa on yritykselle paras keino saavuttaa nämä tavoitteet. Tällöin yritys pääsee keräämään asiakkaista hiljaista tietoa, jonka jälkeen vasta voidaan puhua todellisesta asiakassuhteesta. Pelkän iän, sukupuolen ja asuinpaikan tietäminen ei siis riitä. Asiakastapahtumissa asiakkaan ja yrityksen välille on mahdollista luoda häiriötön ja selkeä vuorovaikutus. Henkilökohtaisessa kohtaamisessa on mahdollisuus asiakkaiden jakamattomaan huomioon, mikä taas on mahdotonta muita medioita käytettäessä. Näin asiakkaisiin voidaan myös vaikuttaa tehokkaasti. (Muho-
nen & Heikkinen 2003, 28–30, 51–52.)

Tapahtumassa vieraan kokema arvo yrityksestä ja tapahtumasta kasvaa, jos hän huomaa olevansa yrityksen silmissä aidosti kiinnostava. Tämä puolestaan johtaa asiakasuskollisuuden vahvistumiseen. Yritys saa myös tapahtuman kautta tietoa asiakkaista, jolloin yrityksen on mahdollista tarjota entistä kohdennetumpia tuotteita ja palveluja asiakkaiden erilaisiin tarpeisiin. (Tapahtumamarkkinointi.eu n.d.b)

Onnistunut asiakastapahtuma vaikuttaa osallistujiinsa. Tapahtuma voi opettaa tai innostaa vieraat johonkin sellaiseen, johon he eivät ilman tapahtumaa olisi ryhtyneet. Tyypillinen tavoiteltu reaktio on esimerkiksi lisääntynyt ostokäyttäytyminen. Huonossa taloudellisessa tilanteessa tulisi-
kin asiakastapahtumiin varattujen varojen leikkaamisen sijaan lisätä varo-

ja. Vaikeissa tilanteissa vanhojen asiakkaiden säilyttäminen ja uusien hankkiminen on erityisen tärkeää. (Hamso 2013, 10.)

Merkityksellisten kokemusten luominen asiakkaalle on tehokas sitouttamisen keino. Kun asiakas kokee itsensä yritykselle tärkeäksi, on hänen helppompaa sitoutua yritykseen. Kilpailijoiden on hyvin vaikea kopioida asiakkaan kokemaa tärkeyden tunnetta. Merkityksellisiä asiakaskokemuksia voi luoda päivittäisissä asiakaspalvelutilanteissa tai esimerkiksi asiakastapahtumissa. Näissä kokemuksissa on mahdollisuus kestävään kilpailuun. (Arantola 2003, 148–151.)

Tapahtuman ydin on ihmisten välisessä kohtaamisessa, joten tapahtuman vieraiden määrä kannattaa mitoittaa siten, että isännät ehtivät keskustella heidän kanssaan kunnolla ja syventää asiakassuhdetta (Vallo & Häyrynen 2012, 21). Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa ohjelma tulee suunnitella siten, että aikaa riittää myös vapaalle seurustelulle. Koko tapahtumaan osallistuvaa henkilökuntaa täytyy myös ohjeistaa tapahtuman tarkoituksesta ja siitä, miten tapahtumassa tulee käyttäytyä asiakkaiden kanssa. Esimerkiksi jos henkilökunta kokoontuu omaan pöytänsä ruokailemaan, niin menetetään monta hyvää tilaisuutta avoimeen vuorovaikutukseen asiakkaiden kanssa. Myös muuta tapahtuman hyödyt ja mahdollisuudet, kuten tiedon kerääminen, kokemusten luominen ja asiakkaisiin vaikuttaminen, kannattaa hyödyntää mahdollisimman tehokkaasti jokaisessa järjestettävässä tapahtumassa.

3 TAPAHTUMAN SUUNNITTELU

Tapahtuman suunnittelun tärkeyttä ei voi liikaa korostaa, sillä tapahtumia ei voi kelata taaksepäin tai editoida. Tapahtumat ovat ainutlaatuisia ja kaiken pitää onnistua ensimmäisellä yrittämällä. Kaiken tulee siis olla huolella suunniteltua, eikä mitään kannata jättää sattuman varaan. Myös kaikenlaiset tapahtumaan liittyvät riskit tulee huomioida ja niihin täytyy varautua. (Muhonen & Heikkinen 2003, 121.)

Tapahtuman huolellinen suunnittelu auttaa arvioimaan tavoitteiden realisuutta ja niiden määrittelyjä. Tavoitteet tulee määritellä yksinkertaisesti ja ymmärrettävästi, jolloin kaikki tapahtumassa työskentelevät voivat ne ymmärtää. Hyvä suunnittelu auttaa myös löytämään keinot tavoitteiden saavuttamiseksi ja tapahtuman onnistumiseksi. Tapahtuman selkeä suunnitelma auttaa resurssien ja ajan tehokkaassa käyttämisessä. (Liskola-Kesonen 2004, 9.)

Onnistuneen tapahtuman suunnittelussa täytyy ottaa huomioon myös pienet yksityiskohdat. Näin kokonaisuudesta voidaan saada täydellinen. Kaikkien tapahtuman suunnittelutyöhön osallistuvien henkilöiden tulee ymmärtää, minkälaisia ovat yrityksen markkinointistrategia, yrityskulttuuri, arvot, etiikka ja taloudelliset resurssit. Myös tapahtuman kohderyhmän ja sen käyttäytymismallien tulee olla selvillä. Kaiken lähtökohtana on kuitenkin tavoitteiden määrittely. Tapahtumaa ei tulisi lähteä suunnittelemaan ja toteuttamaan ennen kuin on selvillä, miksi tapahtuma järjestetään ja mihin sitä tarvitaan. Tavoitteena voi olla esimerkiksi myynnin kasvattaminen, kohderyhmän sitouttaminen, uusasiakashankinta, muun markkinointiviestinnän tukeminen tai mielikuviin vaikuttaminen. (Muhonen & Heikkinen 2003, 114–117.)

VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien tavoitteina ovat asiakkaiden sitoutumisen vahvistaminen, asiakastyytyväisyyden parantaminen ja VVO:n houkuttelevuuden lisääminen. Tapahtumien viesti asiakkaille on, että he ovat VVO:lle tärkeitä ja että heidän sitoutuneisuuttaan yritykseen arvostetaan. Heidä myös halutaan kuunnella ja heidän pitkäaikaisesta asiakkuudestaan halutaan palkita konkreettisesti. Tapahtumien kautta VVO:n henkilökunta ja asiakkaat pääsevät tapaamaan toisiaan mukavissa merkeissä. Tämä mahdollistaa myös palautteen, asiakkaiden mielipiteiden ja hiljaisen tiedon keräämisen. Toissijaisena tavoitteena on myös luoda näkyvyyttä ja positiivista yrityskuvaa potentiaalisissa asiakkaissa. Tämä voidaan saavuttaa itse tapahtumapaikalla VVO:n näkyvyyden varmistamisella sekä puskaradion kautta. Kaikkien näiden tavoitteiden taustalla on pyrkimys pidentää asiakkaiden asumisaikoja eli parantaa asiakkaiden kannattavuutta.

3.1 Tapahtumaprosessi

Tapahtuman suunnitteluprosessi voidaan jaotella osiin eri tavoilla. Vallo ja Häyrinen (2012, 157) jakavat tapahtumaprosessin suunnitteluun, toteutuk-

seen ja jälkimarkkinointiin. Rajn ym. (2013, 259) mallissa on sitä vastoin seitsemän vaihetta: päämäärien ja tavoitteiden määrittely, tiedon kerääminen, toteuttamismahdollisuuksien tutkiminen, riskien kartoittaminen, kohderyhmän määrittely, tapahtuman käytännön järjestelyiden suunnittelu ja toteutus sekä tapahtuman onnistumisen arviointi. Getzin (2005, 63) mallissa on myös seitsemän vaihetta: tapahtumakonseptin määrittely, toteuttamismahdollisuuksien tutkiminen, päätös tapahtuman toteuttamisesta tai perumisesta, alustava suunnittelu, yksityiskohtaisen suunnittelu, suunnitelman täytäntöönpano sekä itse tapahtuma.

Vallon ja Häyrisen (2012, 157), Rajn ym. (2013, 259) ja Getzin (2005, 63) mallit sisältävät jokseenkin samat asiat, vaikka ne ovatkin jaoteltu ja painotettu eri tavoilla. Mielestäni Vallon ja Häyrisen (2012, 157) tapahtumaprosessin kulku on malleista selkein ja parhaiten sovellettavissa VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumiin. Siksi käsittelen tässä opinnäytetyöraportissa tapahtumia lähinnä heidän mallinsa mukaan. Seuraavassa esittelen Vallon ja Häyrisen tapahtumaprosessin kulkua yksityiskohtaisemmin.

Mitä enemmän aikaa varaa suunnitteluvaiheeseen, sitä varmemmin saa tapahtumaan mieleiset tilat, esiintyjät, tarjoilut ynnä muut sellaiset. Yleisesti ottaen onnistuneen tapahtuman koko prosessi kestää vähintään kaksi kuukautta. Suunnitteluvaiheeseen voi varata aikaa esimerkiksi kuusi viikkoa (75 %), toteutusvaiheeseen vajaan yhden viikon (10 %) ja jälkimarkkinointivaiheeseen reilun viikko (15 %). (Vallo & Häyrisen 2012, 157.)

Suunnittelu on tapahtuman järjestämisessä pisin ja aikaa vievin vaihe. Isoissa tapahtumissa suunnittelu voi kestää jopa useita vuosia. Suunnitteluvaiheessa käynnistetään tapahtumaprojekti, resursoidaan tapahtumaan vaadittavat henkilöt ja varat, tarkistetaan eri vaihtoehdot, tehdään päätökset ja varmistetaan tehty tilaukset sekä suunnitellaan kaikki käytännön organisointi. (Vallo & Häyrisen 2012, 158.)

Toteutusvaiheen onnistuminen riippuu siitä, miten suunnitteluvaihe on onnistunut sekä siitä, miten hyvin jokainen tapahtumassa työskentelevä ymmärtää ja tietää oman roolinsa. Onnistuminen vaatii eri tahojen hyvää yhteistyötä. Tapahtuman toteutusvaiheeseen voidaan laskea tapahtuman rakennus, toteutus ja purku. Rakennusvaiheessa huolehditaan kuntoon muun muassa kattaukset, pöytäjärjestys, tarvittava tekniikka sekä somistus. Kun ensimmäiset vieraat saapuvat, ei ole enää paljoakaan tehtävissä, vaan tapahtuma soljuu eteenpäin mahdollisista vastoinkäymisistä huolimatta. Purkuvaihe alkaa yleensä heti viimeisen vieraan lähdettyä. (Vallo & Häyrisen 2012, 163–164.)

Tapahtuman jälkimarkkinointivaihe voi tarkoittaa esimerkiksi materiaalin toimittamista tai kiitoskorttien lähettämistä. Jälkimarkkinointiin kuuluu aina myös palautteen kerääminen ja niiden analysointi. Palautteisiin kannattaa tutustua huolella ja ne tulee ottaa huomioon tulevien tapahtumien järjestämisessä. Jälkimarkkinointiin kuuluvat myös kiitokset esiintyjille ja tapahtuman muulle henkilökunnalle. (Vallo & Häyrisen 2012, 180–181.)

Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa suunnitteluvaiheen osuus voi olla vieläkin suurempi kuin Vallon ja Häyrisen (2012, 157) mainitsema 75 prosenttia. Tapahtumaan ei liity konkreettisesti paljoa rakentamista, joten toteutusvaiheen pituus on vain vähän pidempi kuin itse tapahtuman pituus. Toteutusvaihe kestää teatteri-illoissa noin viisi tuntia, jonka lisäksi siihen voidaan laskea myös matkustusajat. Näin ollen toteutusvaihe kestää keskimäärin noin puoli päivää. Myöskään jälkimarkkinointivaiheeseen ei tarvitse varata paljoa aikaa, sillä tapahtumat ovat osallistujamäärältään melko pieniä.

Teatteri-illoissa osallistujamäärä on noin 50–100 henkeä. Suunnitteluvaihe on aloitettava tarpeeksi aikaisin, jotta koko ryhmälle voidaan saada haluttuun näytökseen liput sekä varattua tilat ruokailuun ja väliaikatarjoiluun. Monissa teattereissa istumapaikkoja väliaikatarjoiluun ei ole läheskään niin paljon kuin saliin mahtuu katsojia. Toteutusvaiheen tarjoilut, somistukset ja kattaus on paras ulkoistaa ravintolalle. Kannattaa kuitenkin saapua itse paikalle hyvissä ajoin ennen vieraiden tuloa varmistamaan, että kaikki on kuten pitää. Myös VVO:n näkyvyys kannattaa varmistaa, jotta vieraat tietävät tulleensa oikeaan paikkaan. Tapahtuman jälkeen on hyvä kiittää pienellä lahjalla tapahtumaan osallistuneita VVO-kotikeskuksen työntekijöitä. Myös tapahtumaan osallistuville yrityksille voi lähettää sähköpostitse kiitokset sekä tarpeen mukaan antaa palautetta. Asukkaille lähetetään kiitokset tekstiviestitse ja sähköpostitse yhdessä palautekyselyn kanssa.

Taulukossa 3 on ohjeellinen tapahtumaprosessin kulku aikatauluineen pitkäaikaisten asukkaiden teatteri-iltoihin. Mikäli osallistujamäärä on erityisen suuri tai valittu näytös on suosittu, kannattaa suunnittelun aloittamista ja lippujen varaamista aikaistaa. Toisaalta tapahtuman osallistujamäärän ollessa pieni, ei tapahtuman suunnittelun aloittamista kannata lykätä myöhemmäksi. Mikäli tapahtumaan osallistujia on paljon, saattaa suunnitteluvaiheessa ilmoittautumisprosessiin mennä jonkin verran enemmän aikaa. Samoin jälkimarkkinointivaiheessa voi mennä enemmän aikaa palautteiden analysoimiseen, mikäli avoimia palautteita tulee suuri määrä. Jos tapahtumapaikalle on pitkä matka, niin toteutusvaiheeseen voi mennä koko päivä. Lisäksi esimerkiksi lennon tai junavuoron peruuntumiseen tai myöhästymiseen kannattaa varautua ja lähteä matkaan varmuuden vuoksi hyvissä ajoin.

Taulukko 3. Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien prosessi aikatauluineen.

Vaihe	Ajankohta	Käytettävä aika	Toimenpiteet
Suunnittelu	8 viikkoa ennen tapahtumaa	10 päivää (87 %)	<ul style="list-style-type: none"> - Suunnittelun aloitus ja budjetointi - Paikan ja näytöksen valitseminen - Lippujen ja ruokailun varaaminen - Kutsujen lähettäminen - Ilmoittautumisten vastaanottaminen
Toteutus	Tapahtumapäivänä	Puoli päivää (4 %)	<ul style="list-style-type: none"> - Rakentaminen: pöydät, ilmoittautumispiste, opasteet - Tapahtuman aikana: vieraiden vastaanotto, opastus, seurustelu - Purkuvaihe: ilmoittautumispisteen ja opasteiden poistaminen
Jälki-markkinointi	Viikon sisällä tapahtumasta	1 päivä (9 %)	<ul style="list-style-type: none"> - Kiitoslahjat työntekijöille - Kiitosviesti ravintolaan ja teatteriin sekä mahdollinen palaute - Kiitosviestit ja palautekysely asiakkaille

Ainoastaan toteutusvaiheessa käytettävä aika on pakko käyttää tapahtumapäivänä. Muihin vaiheisiin käytettävä aika jakaantuu usealle eri päivälle tarpeen mukaan. Työmäärää voi myös jakaa muiden töiden ja kiireiden perusteella. Kaikki aika ei myöskään kohdistu vain yhdelle henkilölle, vaan esimerkiksi suunnitteluvaiheessa ilmoittautumisten vastaanottamiseen kuluva aika kannattaa jakaa useammalle työntekijälle.

3.2 Tapahtumabrief

Tapahtumabrief on tarpeellinen minkä tahansa tapahtuman järjestämisessä. Se kokoaa yhteen ne reunaehdot, jotka ovat tiedossa, kun tapahtumaa aletaan suunnitella. Tapahtumabriefiä voidaan käyttää toimeksiantona tapahtumatoimistolle tai sitä voidaan käyttää organisaation sisällä suunnittelun apuna ja punaisena lankana. (Vallo & Häyrynen 2012, 159.)

Seuraavassa teatteri-iltojen tapahtumabrief Vallon ja Häyrysen (2012, 159) ohjeistuksen mukaan. Heidän suunnittelemassaan tapahtumabriefissä vastataan erilaisiin tapahtumaan liittyviin kysymyksiin. Näin tapahtumasta muodostuu selkeä kokonaiskuva, jonka pohjalta tapahtuman suunnittelua on helppo jatkaa.



Kuvio 4. Teatteri-iltojen tapahtumabrief

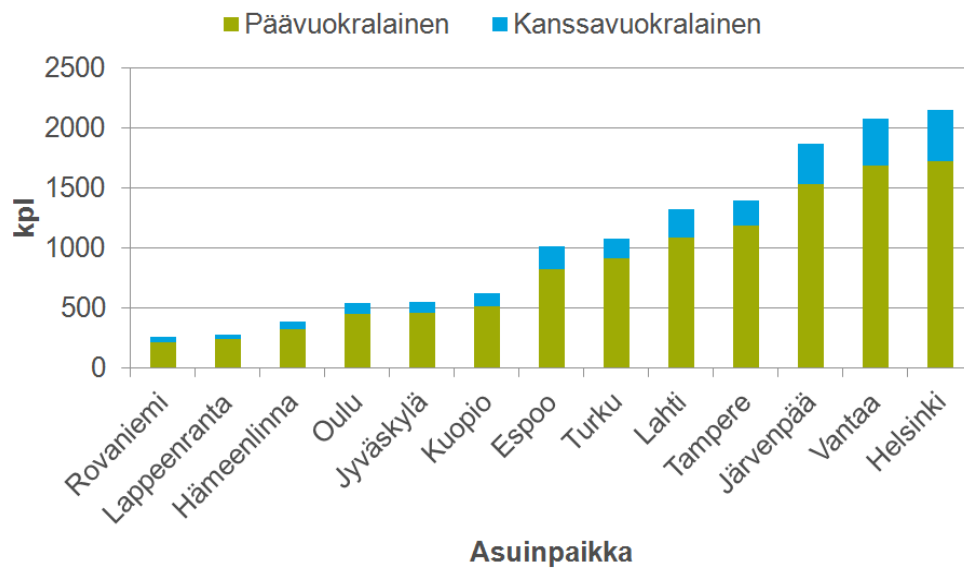
3.3 Kohderyhmä

Tapahtumaa suunniteltaessa yksi oleellisimmista asioista on se, kenelle tapahtuma aiotaan järjestää. Kohderyhmä voi olla suuri yleisö, rajattu kutsuvierasjoukko tai avoin kutsuvierasjoukko. Jotta tapahtuma ajaisi tarkoitustaan, on tapahtuman sisältö ja toteutustapa saatava muovattua kohderyhmälle mieleiseksi. Tapahtuman voidaan sanoa olevan epäonnistunut, jos se ei tavoita tavoiteltua kohderyhmää. (Tapahtumajärjestäjän opas n.d., 9.)

Tapahtuman kohderyhmä täytyy olla hyvin selvillä suunnittelua aloittaessa. Alusta alkaen kannattaa pitää mielessä se, että tapahtuma järjestetään kohderyhmälle, eikä omien mieltymysten mukaan. Yrityksen näkökulmasta kohderyhmä voi olla asiakkaat, potentiaaliset asiakkaat, henkilöstö, omistajat, yhteistyökumppanit, sidosryhmät tai median edustajat. Lisäksi kannattaa selvittää mahdollisuuksien mukaan kutsuttavien ikäryhmä, sukupuoli, elämäntilanne, asuinympäristö, arvot sekä mielenkiinnon kohteet. Tapahtuman suunnitteluun vaikuttaa myös se, onko kutsu henkilökohtainen vai avoimen. Avoimissa tapahtumissa kutsuttujen lisäksi kohderyhmänä ovat vieraiden seuralaiset. (Vallo & Häyrynen 2012, 121–123.)

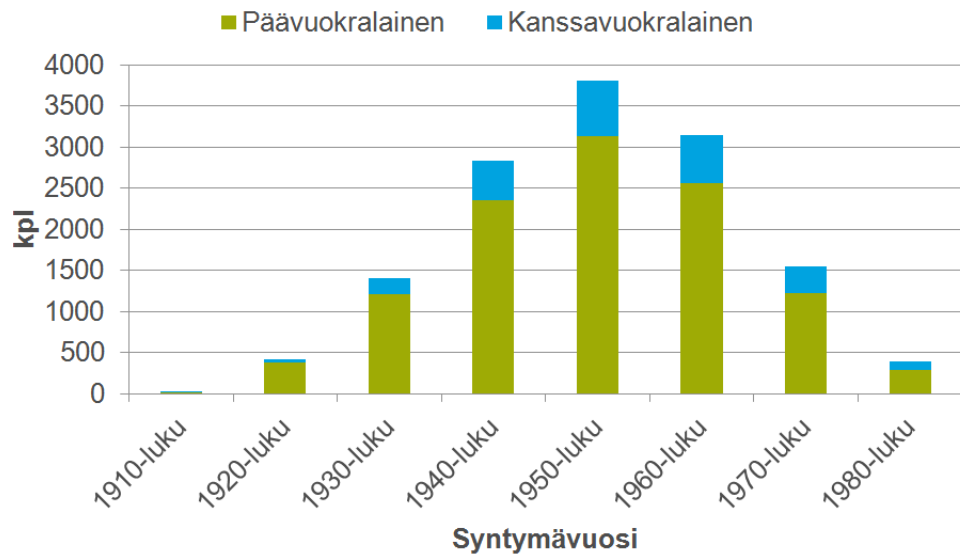
Tapahtumilla voi olla joissain tapauksissa useampia kohderyhmiä (Shone & Parry 2004, 146). Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa pääasiallinen kohderyhmä ovat yli 10 vuotta yhtäjaksoisesti VVO:lla asuneet pää- ja kanssavuokralaiset, joille lähetetään henkilökohtainen kutsu tapahtumaan.

Kohderyhmän ulkopuolelle rajautuvat ne, joiden vuokrasopimus on tehty yrityksen nimiin. Vuoden 2012 lopussa kohderyhmään kuuluvia (vuonna 2003 tai aiemmin VVO:lle muuttaneita) asukkaita asui 11 163 asunnossa. Tämä on noin 30 prosenttia kaikista VVO:n vuokra-asunnoista, joihin sopimus on tehty yksityishenkilön nimiin. Yli 10 vuotta asuneiden asukkaiden asunnoissa asui yhteensä 2 400 kanssavuokralaista. Yhteensä pitkäaikaisia asukkaita oli siis 13 563 henkeä. Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien toissijainen kohderyhmä ovat vieraat, jotka saapuvat tapahtumaan kutsun saaneen asukkaan seuralaisena. Seuralaisistakin osa asuu VVO:lla sillä osa kutsun saaneista voi pyytää seuralaisekseen naapuriaan. Hämeenlinnan tapahtumassa 7.3.2013 kutsuttujen seuralaisia, jotka eivät asuneet VVO:lla, oli 12 henkeä eli 15 prosenttia kaikista vieraista.



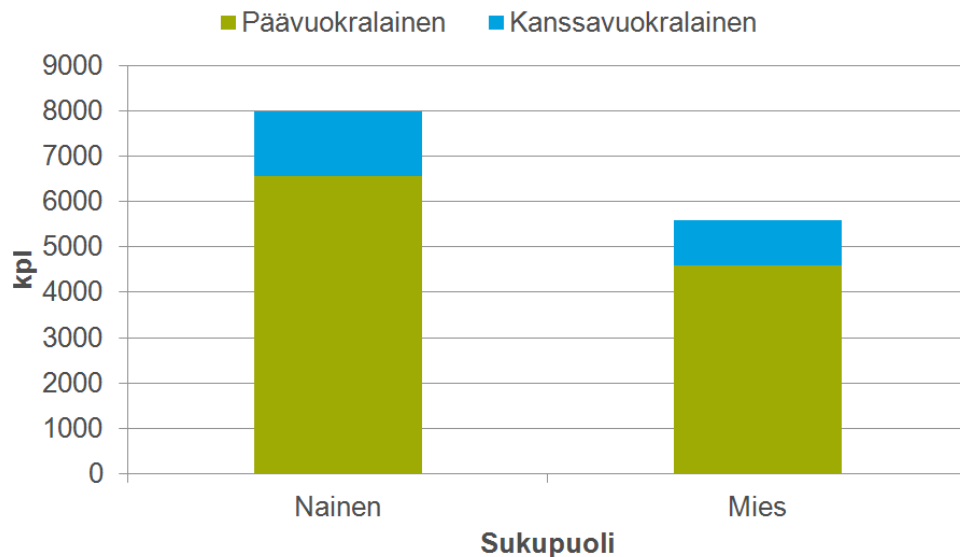
Kuvio 5. Pitkäaikaisten asukkaiden jakautuminen asuinpaikan perusteella (tilanne 31.12.2012).

Pitkäaikaisista asukkaista 4 230 henkeä asuu Helsingissä tai Vantaalla. Espoo mukaan luettuna määrä on 5 245 henkeä eli pääkaupunkiseudulla asuu 38,7 prosenttia pitkäaikaisista asukkaista. Asuinpaikat on jaettu VVO-kotikeskusalueittain. Esimerkiksi Espoon VVO-kotikeskusalue sisältää Espoon lisäksi Kauniaisen, Kirkkonummen, Masalan ja Nummelan. Yhteensä VVO:n asuntoja on 45 eri paikkakunnalla.



Kuvio 6. Pitkäaikaisten asukkaiden määrä syntymävuoden perusteella (tilanne 31.12.2012).

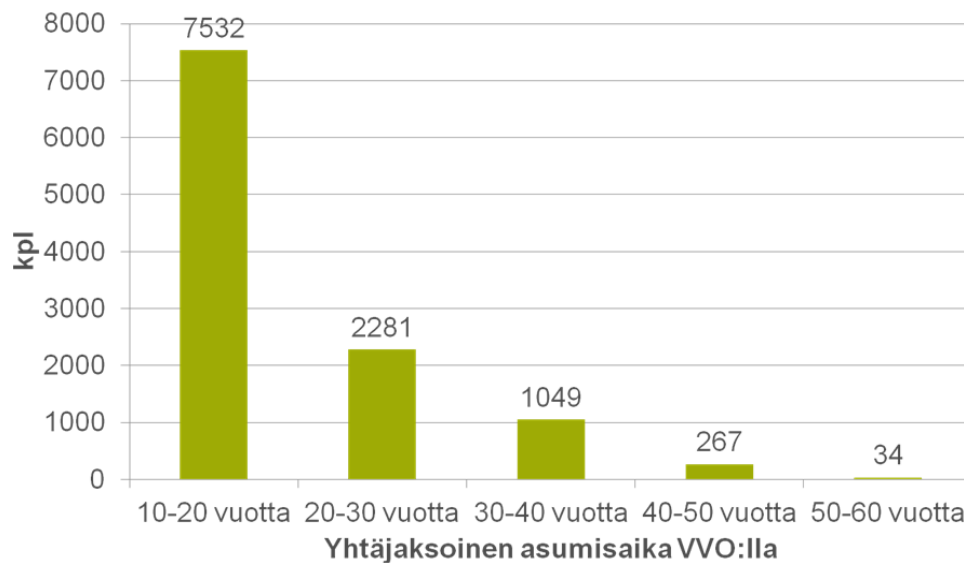
Pitkäaikaista asukkaista suurin ikäryhmä (28,1 %) on 1950-luvulla syntyneet. Heitä on yhteensä 3 805 asukasta. 1940–1960-luvuilla syntyneitä on 9 788 (72,2 %). Suurin osa kutsutuista on siis tapahtumahetkellä 44–73-vuotiaita. Eläkeikäisten (ennen vuotta 1950 syntyneet) suuri osuus täytyy myös huomioida, sillä heitä on kohderyhmästä 34,5 %.



Kuvio 7. Pitkäaikaisten asukkaiden määrä sukupuolen perusteella (tilanne 31.12.2012).

Kohderyhmästä naisia on 58,8 % ja miehiä 41,2 %. Vaikka naisia on jonkin verran enemmän, täytyy tapahtuma suunnitella niin, että se miellyttää molempia sukupuolia. Hämeenlinnan teatteri-illassa osallistuneista naisia oli 52 (66,7 %) henkeä ja miehiä 26 (33,3 %). Kutsuja lähetettiin 144 (59,3 %) naiselle ja 99 (40,7 %) miehelle, joten naiset olivat hieman innokkaampia osallistumaan tapahtumaan kuin kutsun saaneet miehet. Mikäli pariskunnista osallistui vain toinen, oli osallistujia poikkeuksetta nai-

nen. Osasta pariskuntia mies ei osallistunut, mutta nainen saapui naispuoleisen ystävänsä kanssa. Miehet saapuivat joko yksinään tai puolisonsa kanssa.



Kuvio 8. Pitkäaikaisten asukkaiden määrä asumisajan perusteella (tilanne 31.12.2012).

Pitkäaikaisista asukkaista suurin osa on asunut VVO:lla 10–20 vuotta. Yli 20 vuotta asuneita asuu 3 631 asunnossa, mikä on 32,5 % kaikista pitkäaikaisten asukkaiden asunnoista. Yli kolmekymmentä asukasta on asunut VVO:lla jo yli 50 vuotta.

3.4 Kustannusarvio

Tapahtuma tulee budjetoida mahdollisimman tarkkaan ennen kuin tehdään mitään sopimuksia tai tilauksia. Budjetissa pysyminen ei saa olla toive, vaan se on itsestäänselvyys. Tapahtuma voidaan budjetoida hyvin yksityiskohtaisesti, mikäli tavoitteet ja toimintamalli ovat selvillä. Kuten muussakin budjetoinnissa, tapahtumien järjestämisessä kannattaa ottaa huomioon kiinteät ja muuttuvat kulut. Kiinteitä kuluja ovat esimerkiksi somistus, tilavuokrat, esiintyjät ja tekniikka. Muuttuvien kulujen suuruus riippuu osallistujamäärästä. Näitä ovat esimerkiksi ruoka- ja juomatarjoilut. (Muhonen & Heikkinen 2003, 120.)

Toisaalta tapahtumista voi aiheutua myös ylimääräisiä kustannuksia, joista ei voi etukäteen tietää. Näin voi käydä siitä huolimatta, että tapahtuma on huolellisesti suunniteltu ja tapahtuman järjestäjä on kokenut. Mitä suurempi tapahtuma on, sitä varmemmin tulee yllättäviä kustannuksia. Tämän takia budjettia laadittaessa kannattaa jättää jonkin verran rahaa ennalta arvaamattomiin kustannuksiin. (Matthews 2008, 46.)

Taulukko 4. Vuoden 2013 tapahtumapaikkakunnat ja osuudet budjetista.

VVO-kotikeskusalue	Asuntoja, joissa asuu pitkäaikaisia asukkaita (kpl)	Asuntojen ja rahamäärän osuus budjetista
Hämeenlinna	325	9 %
Lappeenranta	238	6 %
Vantaa	1 691	46 %
Kuopio	514	14 %
Turku	912	25 %
Yhteensä	3 680	100 %

Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien kokonaisbudjetti jaetaan eri paikkakunnille suhteessa pitkäaikaisten asukkaiden määrään. Vuodelle 2013 olen valinnut viisi paikkakuntaa, joiden pitkäaikaisten asukkaiden määrä kattaa noin kolmasosan kaikista pitkäaikaisista asukkaista (taulukko 4). Laskelmassa otetaan huomioon pitkäaikaisten asukkaiden asuttamien asuntojen määrä, sillä kutsut koskevat kahta henkilöä per asunto, riippumatta siitä onko asunnon vuokrasopimukseen merkitty päävuokralaisen lisäksi kanssavuokralainen vai ei.

Kaikissa tapahtuman järjestämiseen liittyvissä käytännön asioissa täytyy ottaa huomioon käytössä oleva rahamäärä. Yleensä esimerkiksi ruoka- ja juomatarjoiluissa on runsaasti eri vaihtoehtoja eri hintaluokista. Myös lippujen hinnoissa on yleensä eroa eri viikonpäivinä ja ryhmälennuksista kannattaa ottaa selvää. Tarjouksia pyytämällä saadaan selvitettyä, mikä on kustannus yhtä tapahtuman vierasta kohden. Tämän jälkeen voidaan laskea, kuinka monta henkeä tilaisuuteen mahtuu.

Myös henkilökunnan osuus voidaan huomioida tapahtuman osallistujamäärässä. Tarkoitus on, että myös henkilökunta saa nauttia ruokatarjoilusta ja teatteriesityksestä. Henkilökunnalle voi varata tapahtumaan omat paikat tai vaihtoehtoisesti laskea sen varaan, että kaikki ilmoittautuneet eivät saavu paikalle ja henkilökunta voi hyödyntää käyttämättä jääneitä paikkoja. Todennäköisesti no show -prosentti on aina suurempi kuin nolla, joten henkilökunnalle jää joka tapauksessa ainakin muutama paikka vapaaksi. Täytyy myös muistaa, että henkilökunta on tapahtumassa töissä eikä viihtymässä itse. Tämän takia henkilökunnan täytyy tarvittaessa hyväksyä se, ettei heille välttämättä riitä lippuja teatteriesitykseen.

Taulukko 5. Hämeenlinnan teatteri-illan toteutuneet kulut 7.3.2013.

Kulu	Osuus kokonaiskuluista	Kappalemäärä
Teatteriliput	42 %	81
Naulakkopalvelu	3 %	81
Buffet-ruokailu	26 %	86
Valkoviini	6 %	8
Punaviini	15 %	21
Kivennäisvesi	2 %	27
Väliaikatarjoilut	6 %	83
Tekstiviestien lähettäminen	0,1 %	92
Laskutuslisä	0,1 %	1
Yhteensä	100 %	

Hämeenlinnan teatteri-illan toteutuneet kustannukset ilmenevät taulukosta 5. Suurin yksittäinen kulu oli ruoka- ja juomatarjoilut, joihin meni yhteensä 55 prosenttia kokonaiskuluista. Kutsujen postittaminen ja painattaminen eivät näy taulukossa, sillä ne menevät eri budjetista. Budjetoidusta summasta jäi käyttämättä 6,6 prosenttia. Ennen tapahtumaa olin huomionnut kustannusarviossa ennakoimattomia kuluja 5,7 prosenttia kokonaiskuluista. Tällaisia kustannuksia olivat naulakkopalvelu ja arvioimaani suurempi viinin kulutus. Säästöä budjettiin toivat viime hetken peruutukset ja se, ettei minun tarvinnut lunastaa kaikkia teatterilippuja. Onnistuin myös hieman vähentää väliaikatarjoiluiden määrää. Kaikkea budjetoitua rahamäärää ei ole tarpeen käyttää, jos vähemmälläkin pärjää tai jos suuremmat kulut eivät tuo tapahtumalle lisäarvoa.

3.5 Kutsut

Kutsu toimii tapahtuman esitteenä. Se saa aikaan vastaanottajassa mielikuvia ja odotuksia tapahtuman sisällöistä. Kutsun täytyy vastata totuutta eli sitä, millainen tapahtuma oikeasti tulee olemaan. Kutsu voi olla vain vastaanottajalle kohdistettu tai avoin, jolloin vastaanottaja voi antaa kutsun halutessaan eteenpäin. Kutsussa voidaan pyytää ilmoittautumista tai kutsuttu voidaan ohjeistaa saapumaan paikalle ilmoittautumatta. Kutsu voi olla kirje, kortti, sähköpostiviesti, puhelinsoitto tai jopa esine. Hyvästä kutsusta selviää tilaisuuden luonne, paikka ja ajankohta, kuinka monelle

kutsu on tarkoitettu, kuka kutsuu, tarvitseeko ilmoittautua, onko tilaisuus maksullinen, ohjelma ja sisältö pääpiirteittäin, mahdollinen pukeutumisohje sekä pyyntö ilmoittaa erikoisruokavalioista, allergioista ja muista rajoitteista. (Vallo & Häyrinen 2012, 127–129.)

Tapahtuman vieraat täytyy huomioida jo siinä vaiheessa, kun kutsuja suunnitellaan. Kutsuissa tulee olla kerrottuna kaikki asiat, jotka vieraiden on hyvä tietää ennen tapahtumaa. Kutsut kannattaa myös lähettää niiden vastaanottajien kannalta parhaalla tavalla ja sopivaan aikaan. Tapahtuman kohderyhmä määrittelee sen, kannattaako kutsut toimittaa esimerkiksi postitse, puhelimitse tai sähköpostitse. Vastaanottajan kannalta ei myöskään ole mukavaa, jos kutsu saapuu liian aikaisin tai myöhään. Tapahtuman järjestäjän vieraanvaraisuudesta ja sitoutuneisuudesta tapahtumaa kertoo myös se, kuinka laadukkaasti kutsu on toteutettu ja muotoiltu. (Bowdin ym. 2011, 511.)

VVO:n pitkäaikaisille asukkaille järjestettäviin tapahtumiin kutsu kannattaa lähettää postitse, sillä kaikkien kotiosoitteet ovat tiedossa, toisin kuin matkapuhelinnumerot tai sähköpostiosoitteet. Kutsuttuja on hyvä pyytää ilmoittautumaan tapahtumaan, jotta paikkalippuja, ruoka-annoksia ynnä muita sellaisia voidaan varata oikea määrä. Kutsut lähetetään noin neljä viikkoa ennen tapahtumaa. Näin kutsutut ehtivät vahvistaa osallistumisensa hyvissä ajoin. Muistutukset on hyvä lähettää esimerkiksi tekstiviestitse päivää tai paria ennen tapahtumaa.

Kutsut voidaan joko lähettää kaikille tapahtuma-alueen pitkäaikaisille asukkaille, jolloin paikat voidaan arpoa, mikäli ilmoittautumisia tulee enemmän kuin mitä paikkoja on. Kutsut voidaan myös lähettää porrastetusti, jolloin kutsut saavat ensimmäisenä esimerkiksi yli 20 vuotta asuneet, sitten yli 15 vuotta asuneet ja viimeiseksi, mikäli paikkoja vielä on, kutsut lähetetään lopuille. Tällöin ensimmäinen kutsuerä lähetetään esimerkiksi neljä viikkoa ennen tapahtumaa ja seuraavat erät kolme ja kaksi viikkoa ennen tapahtumaa. Kun vastaavia tapahtumia järjestetään enemmän, saadaan paremmin tietoa vastaamisprosentista. Eroja voi olla myös paikkakunnittain.

Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa suosittelen lähettämään kutsut porrastetusti, jolloin jokainen kutsun saanut voi halutessaan osallistua tapahtumaan. Näin vältetään myös mahdollinen mielipaha, kun kutsun saanut ei mahtuisikaan tapahtumaan mukaan. Lisäksi puhelin ei ruuhkaudu niin helposti ilmoittautumisista. Kutsujen määrän arvioiminen tarkalleen on mahdotonta kutsujen porrastamisesta huolimatta. Kymmenestä kutsun saajasta saattaa osallistua jopa puolet, kun taas toisesta kymmenen kutsun erästä ei kukaan ilmoittaudu. Tämän takia ennen tapahtumaa kannattaa sopia teatterin ja ravintolan kanssa alustava osallistujamäärä, jolloin lisälippuja ja -paikkoja voi tarvittaessa tilata ennen tapahtumaa.

No show tarkoittaa sitä ihmismäärää, joka on ilmoittautunut tapahtumaan mutta ei kuitenkaan saavu paikalle (Vallo & Häyrinen 2012, 126). No show't ja viime hetken peruutukset ovatkin käytännössä joka tapahtuman riesana. Mitä suurempi vierasjoukko, sitä todennäköisempää on, että aina-

kin osa sairastuu juuri ennen tapahtumaa tai heille tulee jokin muu viime hetken este saapua paikalle. Vallon ja Häyrisen (2012, 126) mukaan pääkaupunkiseudulle keskimääräinen no show -prosentti on 20. Vuonna 2012 järjestetyissä VVO:n asukkaiden jääkiekkoilloissa keskimääräinen no show -prosentti oli 15. Ylibuukkauksella voidaan minimoida no show'n ja viime hetken peruutusten aiheuttamia turhia kustannuksia. Turhia riskejä ei kuitenkaan kannata ottaa, esimerkiksi jos tapahtuman teatterinäytös on loppuunmyyty. Tällöin lippujen loppuminen kesken olisi katastrofi. Palveluntarjoajilta kannattaa kuitenkin kysyä, onko lippuja myynnissä tarvittaessa vielä paikan päällä tai voiko ravintola valmistaa tarvittaessa muutamän ylimääräisen ruoka-annoksen.

Hämeenlinnan teatteri-illassa no show -prosentti oli yllättävän pieni. 81 ilmoittautuneesta saapui paikalle jopa 78. Vain kolme henkilöä jätti tulematta, joten no show -prosentti oli ainoastaan 3,7. Peruutuksia ennen tapahtumaa tuli yhteensä seitsemän henkilön osalta. Kolmen henkilön peruutukset tehtiin vasta tapahtumapäivänä 7.3.2013. Näin ollen 88 ilmoittautuneesta 92,0 prosenttia osallistui lopulta tapahtumaan.

3.6 Ilmoittautuminen

Ilmoittautuminen voi tapahtua puhelimitse, kirjeitse, sähköpostitse, tekstiviestitse tai netin kautta. Kutsuun kannattaa valita vähintään kaksi ilmoittautumistapaa, jotta vastaanottaja voi valita itselleen mieleisensä tavan ilmoittautua. Tapahtuman kohderyhmän tunteminen auttaa parhaiden ilmoittautumistapojen valinnassa. Etenkin puhelimitse tulevista ilmoittautumisista kannattaa varautua mahdollisiin lisäkysymyksiin, jotta niihin voidaan vastata saman tien. (Vallo & Häyrisen 2012, 133–134.)

Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa ilmoittautuminen kannattaa hoitaa sähköpostitse ja puhelimitse. Sähköpostitse ilmoittautuminen on helppoa ja nopeaa niin kutsutun kuin kutsujankin kannalta. Isommissa tapahtumissa (esimerkiksi Vantaa) kannattaa järjestää ilmoittautuminen nettisivuilla, jolloin kutsutut voivat täyttää valmiin lomakkeen, joka on toteutettu esimerkiksi Digium-kyselynä. Tällöin ilmoittautumiset myös saa helposti koottua yhteen Excel-tilukkaan. Nettisivuille on myös helppo kerätä lisätietoa tapahtumasta, esimerkiksi kartan ja kulkuyhteydet. Kaikki eivät kuitenkaan osaa tai halua käyttää nettiä, joten myös puhelinilmoittautuminen on hyvä olla toisena vaihtoehtona. Lisätietojen kysymistä varten puhelinnumero täytyy olla kutsussa, jonka johdosta osa kutsun saaneista ilmoittautuisi joka tapauksessa puhelimitse. Puhelimitse ilmoittautumisessa täytyy varmistaa resurssit, jotta on tarpeeksi henkilökuntaa vastaamassa puheluihin. Jos käytössä on ilmoittautuminen nettisivuilla, voi myös puhelinilmoittautumiset syöttää suoraan samalle lomakkeelle. Mikäli kaikkiin puheluihin ei ehditä heti vastaamaan, ohjautuu puhelu puhelinvastaajaan, josta soittopyynnöt voidaan purkaa heti tilaisuuden tullen.

Hämeenlinnan teatteri-illassa ilmoittautumisvaihtoehtoina olivat sähköposti ja puhelinsoitto. Lähes kaikki ilmoittautumiset tulivat puhelimitse. Asiakaspalvelunumero ei puhelusta kuitenkaan ruuhkautunut, sillä kutsut lähetettiin porrastetusti, jolloin myös ilmoittautuminen hajaantui usealle

eri päivälle. Erityisesti osallistujamäärältään isoissa tapahtumissa kutsujen postittamisen hajauttaminen on erityisen tärkeää. Asiakas voi saada huonon kuvan tapahtumassa jo etukäteen, jos hän joutuu jonottamaan puhelimessa eikä pääse tekemään ilmoittautumista vaivattomasti.

3.7 Opasteet ja sisääntulo

Tärkeä osa tapahtuman vieraiden kanssa kommunikointia ovat tapahtumapaikalla olevat opasteet. Tilanteen ja tapahtuman mukaan, opasteet voivat olla lyhyitä viestejä tai kattavia kartoja tapahtumapaikasta. Tärkein asia opasteissa on niiden selkeys ja sijoittelu. Suurissa tapahtumissa, joissa vieraat tarvitsevat paljon erilaista tietoa, voi olla hyvä ratkaisu painattaa erilisiä jaettavia ohjelmalehtisiä. (Bowdin ym. 2011, 539–540.)

Tapahtumapaikan löytäminen kannattaa tehdä kutsutuille mahdollisimman helpoksi. Opastekylttien tulee olla selkeitä ja niitä voi olla mieluummin liikaa kuin liian vähän. Tunnelmaa luovat myös esimerkiksi pääoven ulkotulet, liput tai muu teemaan sopiva somistus. Usein mukava lisä voi olla ulko-ovella päivystävä henkilö, joka opastaa vieraat eteenpäin. (Vallo & Häyrinen 2012, 174.)

Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumiin saapuville vieraille VVO:n logo on varmasti tuttu merkki. Opasteissa kannattaa käyttää VVO:n logoa ja värejä ja tarvittaessa nuolia ja erilaisia sanallisia ohjeita, kuten "2. kerros" tai "VVO:n asukkaat, tervetuloa!". Vuonna 2012 tuli paljon positiivista palautetta niistä jääkiekkoilloista, joissa joku VVO:n työntekijöistä jaksoi seisoa hallin ulkopuolella näkyvässä paikassa VVO:n logolla varustettu takki päällä. Näin vieraat näkivät jo heti paikalle tullessaan, että heitä on odotettu ja että he ovat oikeassa paikassa.

Sisääntuloalue ja ilmoittautumispiste kannattaa järjestää valmiiksi hyvissä ajoin ennen tapahtuman alkua. Myös pienissä tapahtumissa tarvitaan jokin paikka, jossa vieraat ohjataan oikeaan paikkaan ja josta he voivat tarvittaessa kysyä lisätietoa. Kutsuvierastapahtumissa ilmoittautumispisteessä tarkistetaan vieraan nimi listalta ja annetaan hänelle tarvittavat materiaalit, esimerkiksi tapahtuman ohjelma. Samalla vieraille voidaan ojentaa pieni tervetuliaislahja. (Shone & Parry 2004, 186–187.)

Ilmoittautumispiste on ensimmäisiä asioita, joita vieras kokee tullessaan tapahtumaan. Tämän takia on tärkeää tehdä hyvä vaikutus tapahtumasta jo tässä vaiheessa. Ilmoittautumisen yhteydessä tärkeää on sujuva, joustava ja huomaavainen palvelu. Ilmoittautumispisteeseen on hyvä varata tarpeeksi henkilökuntaa, jottei pitkiä jonoja pääse kertymään. (Vallo & Häyrinen 2012, 174.)

Ilmoittautumispiste kannattaa rakentaa sisätiloihin ja tarpeeksi kauaksi ulko-ovista, jottei tuuli pääse lennättämään papereita ja lippuja. Ulko-ovella päivystävä henkilö ohjaa vieraat ilmoittautumispisteelle, jonka lisäksi voidaan tarpeen mukaan kiinnittää opasteita. Ilmoittautumispisteellä on koko sisääntulon ajan vähintään yksi henkilö tarkistamassa nimiä listalta, joka-

massa lippuja ja ohjaamassa vieraat oikeaan paikkaan. Samalla voi lyhyesti kertoa tapahtuman kulusta ja toivottaa vieraat tervetulleeksi.

Yli 50 vieraan tapahtumassa kannattaa sisääntuloa porrastaa. Hyvä keino on kirjoittaa kutsuun esimerkiksi "saavuthan paikalle klo 17:00–17:30 välisenä aikana". Näin vieraille on selvää, milloin paikalla kannattaa viimeistään olla. Ohjelma voi näin ollen alkaa kello 17:30. Kannattaa kuitenkin varautua, että yleensä ensimmäiset vieraat ovat paikalla jo todella hyvissä ajoin, monesti puoli tuntia ennen kuin on pyydetty. Tämän takia ilmoittautumispiste kannattaa olla valmiina jo hyvissä ajoin ja etenkin kylminä talvipäivinä on mukava päästää ajoissa olevat vieraat sisätiloihin jo etukäteen. Enintään 60 vieraan tapahtumissa riittää hyvin yksi tai kaksi henkilöä ilmoittautumispisteellä, varsinkin jos sisääntuloa on porrastettu. Yli sadan vieraan tapahtumissa ilmoittautumispisteellä kannattaa olla ainakin kaksi henkilöä.

3.8 Ohjelma

Tapahtuman ohjelma riippuu erityisesti tapahtuman kohderyhmän odotuksista sekä tapahtuman tarkoituksesta ja tavoitteista. Ohjelman tulee myös sopia tapahtuman järjestävän yrityksen imagoon ja arvoihin. Rajoittavia tekijöitä ohjelmalle ovat esimerkiksi saatavuus ja logistiikka. Lisäksi tulee huomioida eri ohjelmanumeroiden sopivuus keskenään. (Bowdin ym. 2011, 494.)

Tapahtuman ohjelman voi hahmotella tapahtumakäsikirjoituksen muotoon. Se ilmaisee tapahtuman kulun eli mitä, missä ja milloin tapahtuu mitään. Tapahtumakäsikirjoitus alkaa siitä, kun ensimmäiset vieraat saapuvat ja päättyy siihen, kun viimeiset vieraat lähtevät. Käsikirjoituksesta saa kokonaiskäsityksen tapahtumasta, joten se toimii hyvänä työkaluna tapahtumassa työskenteleville. Aikataulutetusta tapahtumakäsikirjoituksesta jokainen tapahtuman vastuhenkilö voi tarkistaa, milloin mikäkin tapahtuman osio on tarkoitettu alkavaksi ja miten. Tapahtumakäsikirjoituksen laatii tapahtuman projektipäällikkö. Hän vastaa tapahtuman läpiviemisestä käsikirjoituksen mukaan, mutta toisaalta myös päättää tarvittavista muutoksista, mikäli sellaisiin ilmenee tapahtuman aikana tarvetta. (Vallo & Häyrinen 2012, 161–162.)



Kuvio 9. Hämeenlinnan teatteri-illan tapahtumakäsikirjoitus.

Pitkäaikaisten asukkaiden teatteri-illoissa ohjelmana on teatteriesityksen lisäksi VVO:n edustajan tervetuliaispuhe sekä ruokailu ja väliaikatarjoilut (kuvio 9). Liikaa ohjelmaa ja varsinkaan liian markkinointihenkistä ohjelmaa ei kannata järjestää. Kuitenkin, jos jotain haluaa tiedottaa, niin tapahtumassa voi saada hyvin kohderyhmän huomion osakseen. Seurustelulle kannattaa jättää tarpeeksi aikaa, eikä tehdä tapahtuman aikataulusta liian tiukkaa. Ohjelma pääpiirteittäin kannattaa esittää myös asukkaille jo kutsukortissa.

Ohjelmaa suunniteltaessa kannattaa kiinnittää huomiota siihen, että vieraille ei välttämättä jää kovin tarkasti mieleen, mitä heille sanottiin tai mitä tapahtuman aikana tehtiin tai nähtiin. Sen sijaan vieraat muistavat pitkään, millainen tunne heiltä jäi tapahtumasta ja minkälaiseksi he tunsivat olonsa. Tämä pätee kaikenlaisiin tapahtumiin. (Raj ym. 2009, 5, 7.)

Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa ohjelmassa ja kaikessa muussakin suunnittelussa ja toteutuksessa kannattaa kiinnittää huomiota vieraiden kokemaan tunteeseen. Tärkeää on esimerkiksi se, että vieras tuntee olonsa tärkeäksi ja tervetulleeksi jo kutsun vastaanottaessaan. Esimerkiksi tapahtumapaikalla on tärkeää, että vieras toivotetaan lämpimästi tervetulleeksi ja että hänet huomioidaan koko tapahtuman ajan.

3.9 Tapahtumapaikka

Tyypilliset tapahtumapaikat, kuten messuhallit, kongressikeskukset, hotellit ja ravintolat ovat varmoja ja vaivattomia vaihtoehtoja. Tapahtumapaikan valinnassa voi myös käyttää mielikuvitusta. Epätyypillinen tapahtumapaikka voi tehdä tapahtumasta mieleenpainuvan. Tapahtumia voi järjestää myös sellaisissa paikoissa, joita ei alun perin ole suunniteltu tapahtumia varten. Jos rohkeus riittää, niin tapahtuman voi järjestää vaikka luolassa, sillalla, kadulla, parkkihallissa, viinitarhassa tai veneessä. (Bowdin ym. 2011, 495–496.)

Tapahtumapaikan täytyy sopia tapahtuman luonteeseen ja sen tulee olla osallistujille sopiva esimerkiksi sijainnin suhteen. Tapahtumapaikan valinnassa kannattaa kiinnittää huomiota myös kulkuyhteyksiin, paikoitusmahdollisuuksiin, tilan suuruuteen, somistumahdollisuuksiin, äänentoistoon ja wc-tilojen määrään. Tilan täytyy sopia myös järjestävän organisaation imagoon. Oleellista on yleensä myös se, miten tarjoilut voidaan hoitaa tapahtumapaikalle. (Vallo & Häyrynen 2012, 139–141.)

Tapahtumapaikan etsiminen kannattaa aloittaa hyvissä ajoin, jotta mieleisen paikan saa varattua toivomalleen ajankohdalle. Ennen paikan vahvistamista kannattaa selvittää tarkkaan kaikki tilaan liittyvät kustannukset, jotta välttyy ikäviltä yllätyksiltä. Hyvät kulkuyhteydet ovat usein osallistujalle se tärkein seikka, kun hän miettii osallistuako tapahtumaan vai ei. Parhaassa tapauksessa tapahtumapaikka sijaitsee hyvien julkisten kulkuyhteyksien päässä sekä parkkipaikkoja on riittävästi riittävän lähellä ja järkevällä hinnalla. (Campbell, Robinson, Brown & Race 2003, 49–50.)

Teatteri-illoissa tapahtumapaikaksi kannattaa yleensä valita paikallinen kaupunginteatteri. Kaupunginteatteri on usein paikkakunnalla tunnetuin teatteri ja todennäköisesti myös suurin ja vanhin, jolloin teatteriesitysten järjestäminen sujuu pitkällä kokemuksella. Suurissa kaupungeissa voi toki kartoittaa myös muita olemassa olevia vaihtoehtoja. Pienemmässä teatterissa saattaa onnistua jopa yksityisnäytös, mikä sekin voi olla mukava vaihtoehto. Oleellimmat asiat teatterin valinnassa ovat sijainti, ohjelmisto, hinnat, istumapaikkojen määrä sekä muut tilat väliaikatarjoiluja varten. Mitä isompi teatteri, sitä todennäköisemmin onnistuvat väliaikatarjoilut istumapaikkoineen.

Jotkin teatterit tarjoavat ruokailuja ennen näytöstä. Hyviä vaihtoehtoja ovat myös lähialueen ravintolat, joista kannattaa pyytää tarjouksia. Ravintolan nettisivut ja heidän lähettämänsä tarjoukset antavat yleensä aika hyvän kuvan ravintolan tasosta. Myös paikallisen VVO-kotikeskuksen työntekijöiltä voi kysyä, ovatko he käyneet syömässä kyseisessä ravintolassa ja voivatko he suositella sitä. Ruokailu on paras olla joko samassa rakennuksessa teatterin kanssa tai mieluiten alle viiden minuutin kävelymatkan päässä. Myös pidemmät etäisyydet ovat mahdollisia, mikäli järjestetään yhteinen bussikyyti ravintolasta teatteriin. Tämä tosin saattaa nostaa turhan paljon tapahtuman kokonaiskustannuksia.

3.10 Ajankohta

Tapahtuman ajankohta ja kesto vaikuttavat oleellisesti kutsuttujen halukkuuteen osallistua tapahtumaan. Ajankohdan valinnassa kannattaa jälleen huomioida tapahtuman kohderyhmä. Tapahtuman kesto tulee myös suunnitella sopivaksi sekä osallistujille että tapahtuman sisällölle. Tapahtuman aikataulua ei kannata suunnitella liian tiukaksi, mutta toisaalta liika loppo-aika on ikävää osallistujille. Myös hyvin myöhäinen tapahtuman päättymisajankohta voi karsia osallistujia. (Vallo & Häyrinen 2012, 137–147.)

Kun kyseessä on vapaa-ajan tapahtuma, kannattaa valita sellainen ajankohta, jolloin suurin osa kohderyhmästä on vapaa-ajalla. Sopivia ajankohtia ovat tällöin viikonloput ja arki-illat. Päivämäärän valinnassa kannattaa huomioida suuret tapahtumat, jotka tavoittelevat samaa kohderyhmää kuin oma tapahtuma. Myös yleiset juhlapäivät tai esimerkiksi hiihtolomaviikko ovat usein huonoja ajankohtia tapahtuman järjestämiselle. (Conway 2011, 48–49.)

VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumat kannattaa järjestää yleisten työaikojen ulkopuolella eli arkisin klo 17 jälkeen tai viikonloppuisin. Tämä siksi, että vaikka kohderyhmässä on paljon eläkeikäisiä, niin suurin osa (65,5 %) on enintään 63-vuotiaita. Tapahtuma on tarkoitettu aikuisille, joten esimerkiksi koulujen yleisiä loma-aikoja ei tässä tapauksessa välttämättä tarvitse ottaa huomioon. Toisaalta lapsiperheissä ollaan monesti matkoilla loma-aikoina, mikä voi pienentää osallistujamäärää. Tapahtuman ajankohdan määrittelee teatteri-illoissa myös teatterin näytösajat. Yleensä teatteriesitykset alkavat myös viikolla kello 19, jolloin tapahtuma päättyy noin kello 21 jälkeen. Tämän myöhemmäksi tapahtuman päätty-

mistä ei kannata siirtää, koska muutoin osallistujia voi vaivata seuraavan aamun herätys töihin.

Valtakunnalliset tapahtumat on perinteisesti järjestetty syksyllä, joten pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumia kannattaa järjestää enimmäkseen alkuvuodesta tai kesällä. Kaupunginteattereille ei välttämättä ole näytöksiä kesäisin, mutta erilaisten kesäteattereiden tarjonta kannattaa myös huomioida. Tapahtumien kohderyhmässä on paljon ei-työssäkäyviä, joten luultavasti osallistujia riittää myös heinä-elokuussa, joka on tyypillisintä kesäloman viettoaikaa.

3.11 Tarjoilut

Tapahtuman tarjoilut kannattaa valita osallistujien, luonteen, teeman, ajankohdan ja paikan mukaan. Pitopalveluiden ja ravintoloiden asiantuntemusta kannattaa käyttää hyväksi. Alan ammattilaisilta voi saada uusia ideoita ja tietoa ruokamaailman trendeistä. Tapahtuman pituus määrittää, kuinka paljon ruokaa kannattaa tarjota. Lyhyessä tapahtumassa voi riittää kevyt naposteltava, kun taas koko päivän tapahtumassa kannattaa tarjota ainakin yksi lämmin ateria. Tapahtuman luonne määrittää myös sen, kannattaako tilaisuudessa tarjota alkoholia. Erityisruokavaliot kannattaa pyytää ilmoittautumisen yhteydessä, jotta ne voidaan huomioida tapahtuman aikana. (Vallo & Häyrinen 2012, 152–153.)

Alkoholin tarjoamista tapahtumassa kannattaa harkita tarkkaan, sillä se voi olla ratkaiseva tekijä tapahtuman onnistumisessa. Suuri alkoholin kulutus saattaa aiheuttaa esimerkiksi epäasiallista käyttäytymistä. Alkoholia voi tarjoilla monella eri tavalla, esimerkiksi lasseitain tai pulloittain pöytiin tai tiskiltä. Alkoholi juomat voivat olla myös maksuttomia esimerkiksi tapahtuman ensimmäisen tunnin ajan, jonka jälkeen vieraat voivat ostaa juomia omalla kustannuksellaan. Eri vaihtoehtoista kannattaa keskustella ravintolan kanssa. (Bowdin ym. 2011, 508.)

VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden teatteri-iltoihin voidaan kutsua vieraat jo hyvissä ajoin ennen näytöksen alkamista. Tällöin voidaan rauhassa nauttia kevyt illallinen sekä toivottaa vieraat tervetulleeksi. Teatteri-illan henkeen kuuluvat oleellisesti myös väliaikatarjoilut. Illallisen yhteydessä ei välttämättä tarvitse tarjota kahvia ja jälkiruokaa, vaan väliajalla tarjotaan kahvi ja tee sekä leivos tai muu pieni makea tarjottava.

Alkoholin tarjoamista kohtuudella voi harkita illallisen tai väliaikatarjoilujen yhteydessä. Ruoan kanssa voi tarjota lasillisen viiniä tai olutta ja kahvin kanssa monelle maistuu konjakki tai likööri. Alkoholi on kallista, joten täytyy tarkkaan miettiä, tuoko alkoholin tarjoaminen tapahtumalle lisäarvoa. Alkoholia kaipaavat vieraat voivat halutessaan myös ostaa alkoholi juomia omalla kustannuksellaan. Toisaalta kohtuullinen alkoholin tarjoaminen voi tuoda tilaisuuteen lisää juhlavuutta.

Hämeenlinnan teatteri-illassa tarjottiin ruokajuomana puna- ja valkoviiniä vapaalla kaadolla. Valkoviiniä meni 78 osallistujalla kahdeksan pulloa ja punaviiniä kaksikymmentäyksi pulloa. Menekki oli siis suunnilleen yksi

viinipullo kolmea vierasta kohden. Kokonaishinta viineille oli noin 21 prosenttia kokonaisbudjetista. Alkoholi vei budjetista mielestäni turhan suuren osan. Hämeenlinnan teatteri-illassa muutama vieras myös selvästi nauttivat viiniä turhan paljon, ja se aiheutti pientä häiriötä. Tulevissa tapahtumissa alkoholin tarjoamista voi harkita aina tapahtumakohtaisesti.

3.12 Henkilöstö ja vastuunjako

Tapahtuman järjestäjä on vastuussa tapahtumasta kokonaisuudessaan. Parhaaseen tulokseen pääsee, kun vastuuhenkilö jaksaa huolehtia pienimmistäkin yksityiskohdista. Suurpiirteisyys ei ole hyvä piirre tapahtumasta vastuussa olevalle henkilölle, vaan hänen tulee jaksaa varmistaa ja huolehtia kaikkien ennalta sovittujen asioiden toteutuminen. Hyvällä vastuuhenkilöllä on aina varasuunnitelma yllättävien tilanteiden varalle. Esimerkiksi tapahtuman pääesiintyjä voi yllättäen sairastua, eikä pääsekään paikalle. Tällöin on olla hyvä varasuunnitelma siihen, miten tapahtuman ohjelma toteutetaan. Vastuuhenkilön tulee myös ymmärtää tapahtuman syvin tavoite ja olemus sekä olla valmis oppimaan virheistään. (Vallo & Häyrinen 2012, 224–226.)

VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa tapahtumassa päävastuullinen henkilö on VVO:n avainasukaspäällikkö, joka on ollut vastuussa myös tapahtuman suunnittelusta. Lisäksi paikallisesta VVO-kotikeskuksesta kannattaa pyytää avuksi vähintään yksi henkilö tapahtumapaikalle. Alle sadan vieraan tapahtumassa VVO:n puolelta henkilökunnaksi riittää yhteensä kaksi henkeä. Ruokailun, naulakkopalvelun ja muun sellaisen hoitaa kattotapahtuman henkilökunta.

Tapahtuman päävastuussa oleva henkilö vastaa koko tapahtuman sujuvuudesta sekä muun henkilökunnan opastamisesta. Hänen vastuullaan on tarkistaa paikan päällä esimerkiksi ravintolan kanssa sovitut asiat sekä toteuttaa henkilökunnan opastaminen. Päävastuussa oleva henkilö voi tarvittaessa tehdä paikan päällä päätöksiä ja muutoksia tapahtumakäsikirjoitukseen. Hän myös vastaa siitä, että mukana on kaikki tarvittava, kuten ilmoittautumislista ja teatteriliput (katso liite 1).

Tapahtuman vastuuhenkilön lisäksi tarvitaan myös muuta henkilökuntaa, jotka edustavat tapahtumaa järjestävää yritystä. Heitä voidaan kutsua tapahtuman isänniksi. Hyvä isäntä näyttää eleillään viihtyvän tapahtumassa, on avulias ja puhelias, osaa vastata kysymyksiin, kuuntelee ja keskustelee, on miellyttävä ja hauska sekä on pukeutunut siististi ja tapahtuman mukaisesti. Isännän vastuu on ymmärtää, että hän on tapahtumassa isäntänä, ei vieraana. Hänen tulee myös olla selvillä tapahtuman käytännön järjestelyistä ja aikatauluista, jotta hän osaa tarvittaessa opastaa vieraita. (Vallo 2009, 30, 49.)

Tapahtuman isännillä on keskeinen rooli halutun tunnelman rakentajina ja tapahtuman onnistumisen takaajina. Heidän on tunnettava vastuunsa ja velvollisuutensa tapahtuman kulun aikana. Isännille on annettava tarpeelliset työkalut ja tiedot, jotta he voivat onnistua tehtävässään. Myös esimerkiksi käyttäytymissäännöt voi olla hyvä kerrata ennen tapahtumaa. Kaikil-

le tapahtuman järjestelyihin osallistuville henkilöille tulee jakaa selkeät roolit ja vastualueet. Näin kukin tietää ja ymmärtää, mitä häneltä odotetaan tapahtuman aikana. Toimivin ratkaisu on, että tapahtuman suunnittelusta vastannut henkilö on vastuussa tapahtumasta myös tapahtuman aikana. Hänellä tulee olla myös valta tehdä tapahtuman aikana nopeita päätöksiä, mikäli tilanne niin vaatii. Tapahtuman aikana voi ja kannattaa poiketa ennalta suunnitellusta, mikäli vieraiden reaktiot ja käyttäytyminen niin vaatii. Esimerkiksi tapahtuman aikana voidaan todeta, että vieraat innostuvat enemmän jostain musiikkityylistä, jota oli alun perin suunniteltu soitettavan vähemmän. Musiikkia voi tarvittaessa vaihtaa, jotta vieraat viihtyisivät paremmin. Nopeiden muutosten tekeminen tapahtuman aikana vaatii kokemusta ja hyvää pelisilmää. (Muhonen & Heikkinen 2003, 123–125.)

VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa pääisäntänä toimii tapahtuman suunnitellut henkilö eli avainasukaspäällikkö. Apuisäntiä pyydetään tarpeen mukaan paikallisesta VVO-kotikeskuksesta. Alle sadan vieraan tapahtumassa voi riittää yksi apuisäntä, mutta yli sadan vieraan tapahtumissa olisi hyvä olla vähintään kaksi apuisäntää. Apuisäntiä tulee tiedottaa tapahtuman aikataulusta ja sisällöstä hyvissä ajoin esimerkiksi sähköpostitse. Apuisännät kannattaa pyytää paikalle hyvissä ajoin, eli noin tuntia ennen kuin vieraat on pyydetty saapumaan. Näin käytännön asiat ehtii kerrata kasvokkain ja selvittää muun muassa naulakoiden ja wc-tilojen sijainnit. Kun tapahtumapaikalle saapuu hyvissä ajoin, ehtii tarvittaessa tehdä viime hetken järjestelyjä ennen vieraiden saapumista. Se ei haittaa, vaikka jää lopposikaa, mutta se haittaa, jos järjestelyt ovat kesken vieraiden saapuessaa tai jos isännät eivät ole tilanteen tasalla heti tapahtuman alusta lähtien.

Apuisäntiä kannattaa ohjeistaa myös siinä, miten vieraiden kanssa on tarkoitus seurustella ja miten heihin toivotaan suhtauduttavan. Esimerkiksi ruokailussa henkilökunta voi sijoittua jäljelle jääneille hajapaikoille, jolloin keskustelu asukkaiden kanssa on luonteva aloittaa. Ystävällinen seurustelu vieraiden kanssa on tärkeää, sillä se vaikuttaa oleellisesti siihen, miten vieraat kokevat tapahtuman. Vieraille pitää luoda tunne, että he ovat tärkeitä ja tervetulleita. Henkilökunnan tulee muistaa, että asukkaat ovat tapahtuman vieraita ja siten arvoasteikolla korkeammalla. Henkilökunta on koko tapahtuman ajan töissä ja heidän tehtävänä on olla vieraiden apuna ja saada heidät viihtymään. Kuivan asiallisen asiakaspalveluasetteen voi tapahtumassa jättää kuitenkin taka-alalle, sillä tapahtuman luonteeseen sopii paremmin rento keskustelu. Vieraiden kanssa saa ja pitää jutustella ja heidän aloittamiinsa keskusteluaiheisiin kannattaa tarttua. Myös omaa persoonallisuutta ja huumoria voi käyttää harkiten.

3.13 Swot-analyysi

Perinteinen swot-analyysi, jossa listataan vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat, on hyvä väline erilaisten asioiden suunnitteluun ja arvioimiseen. Analyysissa jaotellaan aihe-alueet sisäisiin ja ulkoisiin tekijöihin. Sisäisiä tekijöitä ovat tarkasteltavan kohteen arviointihetkellä olevat vahvuudet ja heikkoudet. Ulkoisissa tekijöissä määritellään tulevaisuuden mahdollisuudet ja uhkat. (OK-opintokeskus 2013.)

Kuviossa 10 on VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien swot-analyysi. Analyysin tekeminen auttaa hahmottamaan tapahtuman järjestämiseen liittyviä osa-alueita. Olen käyttänyt analyysin pohjana Muhosen ja Heikkisen (2003, 47) esimerkkiä tapahtumien swot-analyysistä. Olen täydentänyt ja muokannut analyysiä pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumiin sopivaksi.



Kuvio 10. Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien swot-analyysi (Muhonen & Heikkisen 2003, 47).

Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien vahvuuksia ovat henkilökohtaisen tapaamisen mahdollistaminen sekä vuorovaikutus VVO:n henkilökunnan ja VVO:n asukkaiden välillä. Tapahtuma on ainutkertainen tilaisuus, jossa asukkaat tuntevat olonsa arvostetuiksi. Onnistunut tapahtuma lisää asiakasuskollisuutta ja sitoutuneisuutta yritykseen. Se saa aikaan myös myönteistä suhtautumista, jolloin asiakkaan kanssa voi olla helpompi asioida myös ikävämmissä merkeissä. Tapahtuman myötä on myös mahdollista oppia tuntemaan asukkaita ja heidän tarpeitaan ja toiveitaan syvällisemmin.

Tapahtumien pääasiallinen heikkous on tapahtuman järjestämisen kalleus ja siihen kuluva aika. Onnistuneen tapahtuman järjestäminen vaatii myös osaamista ja paneutumista. Yhden tapahtuman avulla voidaan saavuttaa tehokkaasti vain pieni osa kaikista VVO:n asukkaista. Tapahtuman vaikutuksia on hankala mitata täysin luotettavasti ja tarkasti. Vaikka tapahtuma voi jättää osallistujaa pitkän muistijäljen, ovat tapahtumat aina kuitenkin kertaluonteisia.

Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtuma voi jäädä osallistujien mieleen pitkäksi aikaa. Sen kautta voidaan tehokkaasti erottautua muusta markkinointiviestinnästä, jota asiakkaat kohtaavat päivittäin. Onnistunut tapahtuma voi parantaa yrityksen imagoa, etenkin jos tapahtumaan osallistuneet kertovat tapahtumasta eteenpäin ystävilleen ja sukulaisilleen. Näin VVO profiloituu asiakkaistaan välittävänä yrityksenä.

Tapahtuman suurimmat uhat liittyvät epäonnistuneeseen toteutukseen. Tapahtumaa ei kannata lähteä toteuttamaan, mikäli suunnitteluun ja toteutukseen ei ole tarpeeksi aikaa. Tällöin parempi vaihtoehto on siirtää tapahtumaa myöhemmäksi tai olla järjestämättä sitä ollenkaan. Tavalla tai toisella epäonnistunut tapahtuma tuhlaa sekä aikaa että rahaa ja voi aiheuttaa enemmän haittaa kuin hyötyä. Tapahtumaan ei kannata myöskään tupata liikaa viestejä, jolloin tapahtumasta voi tulla sekava ja kiireinen.

4 TAPAHTUMAN TOTEUTUS

Järjestin teatteri-illan VVO:n pitkäaikaisille asukkaille Hämeenlinnassa 7.3.2013. Tässä kappaleessa käyn läpi yksityiskohtaisesti tapahtuman kulun. Samalla käsittelen myös eteen tulleet yllättävät asiat, jotka kannattaa jatkossa ottaa paremmin huomioon. Esitän myös kehitysehdotuksia tulevia tapahtumia varten.

4.1 Kutsut

Ensimmäiset kutsut (liite 2) lähetin 15.2.2013 eli noin kolme viikkoa ennen tapahtumaa. Tässä erässä lähetin sata kutsua kaikkein pisimpään asuneille hämeenlinnalaisille VVO:n asukkaille. Ilmoittautumisaikaa oli viikko eli 22.2.2013 asti. Seuraavassa erässä kutsuja lähti toiset sata kappaletta ja postitus tapahtui 21.2.2013. Ilmoittautumisaikaa oli 28.2.2013 asti.

Kutsujen lähettämistä olisi hieman voinut aikaistaa, sillä posti menikin perille vasta kolmen päivän kuluessa eikä olettamassani 1–2 päivässä. Tämän takia lähetin toisen kutsuerän ennen kuin ensimmäisen kutsuerän ilmoittautumisaika oli päättynyt. Ensimmäisen erän kutsun saaneista yllättävän moni ilmoittautui vasta 22.2.2013, jolloin arvioin toisen erän kutsumäärän liian suureksi.

Alustavasti olin suunnitellut, että vieraita olisi tullut 67 henkeä. Ilmoittautumisia alkoi kuitenkin tulla enemmän, enkä halunnut ilmoittaa yhdellekään kutsun saaneelle, että paikat ovatkin jo täyttyneet. Olin yhteydessä Hämeenlinnan teatteriin ja kysyin, onko lippuja mahdollista ostaa lisää. Lippuja oli vielä jäljellä ja ruokailunkin henkilömäärän lisääminen onnistui, joten päätin ottaa vastaan kaikkien kutsun saaneiden ilmoittautumisen. Ilmoittautumisia tuli lopulta 88 henkilön osalta. Kutsuja lähetin yhteensä 200 kappaletta.

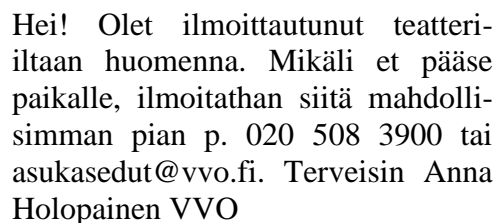
Sovin Hämeenlinnan teatterin kanssa, että käyn lunastamassa lisäliput tapahtumapäivänä paikan päällä. He tekivät alustavan varauksen 20 lipulle ja sovimme, että voin lunastaa tarvittaessa lippuja vähemmänkin. Näin pystyin ottamaan huomioon myös ne peruutukset, jotka tulivat vasta tapahtumapäivänä. Ruokailun osalta jouduin kuitenkin maksamaan myös peruuttaneista henkilöistä.

Suunnittelemani kutsun (liite 2) taittoi VVO:n graafinen suunnittelija. Halusin, että kutsu olisi korttimainen, selkeä ja yksinkertainen. Kutsun etupuolella käytimme VVO:n mainoskuvaa. Jatkossa kuvituksena voi käyttää mieluummin VVO:n imagokuvia, sillä ne sopivat mielestäni kutsukorttiin paremmin kuin mainoskuvat. Hämeenlinnan kutsua tehtäessä uudet imagokuvat eivät olleet vielä saapuneet, enkä halunnut käyttää vanhoja kuvia. Näin päädyin käyttämään mainoskuvaa, mikä sekin sopi hyvin kutsukorttiin. Kortin taustapuolella on mahdollisimman selkeästi kerrottu kaikki tarvittavat asiat tapahtumaan liittyen. Onnistuin hyvin kutsutekstin suunnittelussa, sillä lisäkysymyksiä tapahtumasta ei tullut juuri ollenkaan.

Alun perin mietin, että kutsukortti olisi lähetetty postitse pelkälleen, jolloin asukkaan nimi ja osoite olisi painettu kortin taustapuolelle. Päätin kuitenkin postittaa kirjeen sopivan kokoisessa VVO:n kuoressa, koska ajattelin kutsun tällöin erottuvan paremmin mainosposteista. Samalla kutsu tuntui minusta arvokkaammalta. Kutsut postitettiin neliönmuotoisessa 22,7 x 22,7 cm kokoisessa kirjekuoressa, joka erottuu muodoltaan perinteisistä kirjekuorista. Kutsukortti suunniteltiin sopivankokoiseksi kirjekuoreen. Päätin myös allekirjoittaa käsin jokaisen kutsun valmiiksi painetun allekirjoituksen sijaan. Tämä luo mielestäni paremmin mielikuvan henkilökohdaisesta kutsusta.

4.2 Ilmoittautuminen ja tapahtumasta muistuttaminen

Kutsukortissa pyydettiin ilmoittautumaan joko puhelimitse tai sähköpostitse. 24 henkilön ilmoittautuminen (14 kpl) saapui sähköpostitse ja loppujen 64 henkilön ilmoittautuminen (39 kpl) puhelimitse. Yhden hengen ilmoittautumisia tuli 18 kappaletta ja kahden hengen ilmoittautumisia 35 kappaletta. Ehdimme hoitaa puhelinilmoittautumiset hyvin, koska määrä oli suhteellisen pieni ja kutsujen porrastetun lähetyksen takia myös ilmoittautumiset tulivat eri päivinä. Puhelinilmoittautumisista suurin osa ohjautui minulle ja niihin puheluihin, joihin en itse ehtinyt vastaamaan, vastasi VVO:n toimistopalveluiden henkilökunta.



Hei! Olet ilmoittautunut teatteriltaan huomenna. Mikäli et pääse paikalle, ilmoitathan siitä mahdollisimman pian p. 020 508 3900 tai asukasedut@vvo.fi. Terveisin Anna Holopainen VVO

Kuvio 11. Muistutustekstiviestin sisältö.

Päivää ennen tapahtumaa lähetin kaikille matkapuhelinnumerossa ilmoittaneille tekstiviestin (kuvio 11), jossa pyysin ilmoittamaan, mikäli on esitynnyt saapumaan paikalle. Näitä tekstiviestejä lähetin yhteensä 48 kappaletta eli kaikille niille. Tekstiviestin lähettämisen jälkeen kaksi henkilöä soitti ja perui ilmoittautumisensa.

Tekstiviestien lähettämiseen käytin Fonectan Kontaktikonetta. Muistutusviestin olisi voinut toteuttaa myös niin, että viestiin vastaamalla esimerkiksi "VVO PERUUTA" olisi voinut peruuttaa ilmoittautumisen. Ajattelin kuitenkin, että soittaminen oli kuitenkin monelle mieluisampi tapa tehdä peruutus. Osallistujamäärältään isommissa tapahtumissa kannattaa käyttää myös tekstiviestitse tapahtuvaa peruutusta. Tällöin viestissä kannattaa mainita kuitenkin myös puhelinnumero, ettei peruutuksen tekeminen kaadu siihen, ettei osaa lähettää tekstiviestiä oikein.

4.3 Ruokailu ennen teatteria

Saavuvin Hämeenlinnaan noin kello 16:15. Kävin ensiksi teatterilla lunastamassa lisää teatterilippuja. Lippuja oli varattu alustavasti 20 kappaletta, mutta viime hetken peruutusten vuoksi lunastin vain 14 lippua. Samalla pääsin tarkistamaan, missä väliaikatarjoilut olisi tarkoitus nauttia. Pöydät oli jo valmiiksi merkitty VVO-kyltein. Pois lähtiessäni huomasin vaatenaulakot ja tiedusteluani asiaa tarkemmin minulle selvisi, ettei naulakkopalvelu sisälly teatterilipun hintaan. En ollut huomannut ottaa asiaa huomioon lainkaan etukäteen. Naulakkomaksu oli kaksi euroa per henkilö. Saimme lipunmyynnin kanssa sovittua, että vieraamme saavat naulakkopalvelun veloitusetta, kun mainitsevat olevan VVO:lta. Sain maksettua 81 hengen naulakkopalvelumaksut luottokortillani.

Tapahtuman kutsukortissa luki, että buffet-illallinen tarjoillaan kello 17:30 alkaen ja vieraat pyydettiin saapumaan paikalle viimeistään kello 18:00. Itse saavuvin ravintolaan paikalle noin kello 16:45. Ehdin hyvin käydä läpi ravintolan kanssa meille varatut paikat, järjestää naulakot sopiviin paikkoihin, varmistaa wc-tilojen sijainnin, pystyttää ilmoittautumistiskin ja teipata opasteet. Lisäksi varmistin, että ravintola on huomioinut erityisruokavaliot. Eräällä vieraalla oli ilmoitettu sipuliallergia, ja ilmeni että, ravintola oli unohtanut merkitä buffet-pöytään, mitkä ruoat sisältävät sipulia. Asia ehdittiin korjata ennen vieraiden saapumista.

Olin pyytänyt paikallisen VVO-kotikeskuksen työntekijää saapumaan paikalle klo 17:00 mennessä. Hän saapui ajallaan ja ehdimme kerrata suullisesti illan kulun ja yksityiskohdat. Sovimme, että minä hoidan ilmoittautumispisteessä asukkaiden opastuksen, tervetulleeksi toivottamisen sekä teatterilippujen jakamisen. VVO-kotikeskuksen työntekijä seisoi ravintolan ulkopuolella ja ohjasi vieraita peremmälle. Tämä oli hyvä ratkaisu, sillä isännöitsijänä toimiva työntekijä tunsi monet pitkäaikaiset asukkaat jo ennestään.

Ensimmäiset vieraat saapuivat paikalle jo kello 17:05. Paikalle siis todella kannattaa saapua hyvissä ajoin. Buffet-pöytä oli jo katettu, joten otin vieraat vastaan ja kehotin heitä ottamaan ruokaa ja valitsemaan mieleisensä paikat. Ilmoittautuessa annoin vieraille valmiiksi myös teatteriliput. Osa vieraista oli ennakoon ilmoittanut, kulkevana keppien kanssa, joten olin varannut heille helppokulkuiset paikat. Otin erikseen myös ylimääräisiä helppokulkuisia paikkoja siltä varalta, että joku olisi ilmoittanut liikuntaesteestään vasta paikan päällä.

Yllättävän moni vieras saapui paikalle etuajassa, vaikka sisääntuloon oli varattu puolen tunnin liukuma. Kello 17:30 oli saapunut jo 24 vierasta eli 30 prosenttia kaikista vieraista. Moni saapui heti kello 17:30 jälkeen ja hetkellisesti ilmoittautumispisteeseen kertyi tässä vaiheessa pieni jono. Viimeinen vieras saapui paikalle kello 17:55. Yksi ilmoittautumispiste oli sopiva määrä tämänsuuruuselle vierasmäärälle, eikä liian suuria jonoja ehtinyt muodostumaan.

Kello 18:00 totesin, ettei enempää vieraita luultavasti ole enää tulossa. Ainoastaan kolme vierasta puuttui, eivätkä he lopulta koskaan saapuneetkaan

paikalle. Heti kello kuuden jälkeen pyysin vieraiden huomion ja pidin lyhyen tervetulopuheen. Esittelin itseni ja toivotin kaikki vieraat vielä kerran tervetulleeksi. Toivoin heidän nauttivan ruuasta ja toistensa seurasta. Kerroin myös helpoimman reitin ravintolasta teatterille ja ohjeistin vieraat siirtymään teatterille omaan tahtiin, mutta kuitenkin viimeistään kello 18:45. Näytös alkaisi kello 19:00. Kerroin myös teatterin naulakkopalvelusta ja siitä, että se on veloitukseton, mikäli vieraat kertovansa olevan VVO:lta. Lisäksi mainitsin teatterin väliaikatarjoiluista ja että väliajalla on tarjolla VVO-kyltein merkityissä pöydissä pientä purtavaa. Puheen jälkeen kävin vielä varmistamassa kauimmaisissa pöydissä, että kaikki olivat varmasti kuulleet kaiken. Onnistuin pitämään puheen lyhyenä, jolloin sain kaikkien jakamattoman huomion osakseni. Puhe kesti noin 2-3 minuuttia, jonka aikana ehdin mielestäni kertoa kaikki oleelliset asiat rauhassa.

Ruokailu sujui rennossa ja iloisessa tunnelmassa. Olin sopinut ravintolan kanssa, että vieraille tarjoillaan veden ja kivennäisveden lisäksi myös valko- ja punaviiniä. Vieraat nauttivat alkoholista sivistyneesti muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta. Yllättävän moni vieras näytti tuntevan naapureitaan hyvinkin läheisesti. Tämän takia oli mukavaa, että moni vieras tuli niin ajoissa paikalle, ja että he ehtivät rauhassa jutella muiden asukkaiden kanssa ruokailun ohessa. Myös moni yksin saapunut vieras näytettiin otettavan mutkattomasti mukaan keskusteluihin. Ruokailutilassa oli kuuden ja kahdeksan hengen pöytiä. Ylimääräisiä paikkoja ei juuri ollut, mikä edesauttoi sitä, ettei kukaan jäänyt yksin syömään, vaan lähes kaikki pöydät olivat täysiä.

4.4 Teatteri ja väliaikatarjoilut

Siirtyminen ravintolasta teatteriin onnistui hyvin. Kaikki löysivät perille ja saivat takkinsa naulakkoon. Seisoskelin teatterissa näkyvällä paikalla lähellä lipunmyyntiä siltä varalta, että joku poissaolevista ilmoittautuneista olisi vielä saapunut paikalle. Siirryin teatterisaliin aivan viimeisten joukossa.

Esityksen valinta oli mielestäni onnistunut. Teatteriesitys oli komedia, joka käsitteli hausalla tavalla naapurisuhteita. Aihe sopi mielestäni hyvin tapahtuman luonteeseen, etenkin kun isäntänä toimi VVO. Esitys ei myöskään ollut liian taiteellinen tai vaikeaselkoinen, vaan helposti seurattava ja ennen kaikkea hauska.

Väliajalla riensimme toisen työntekijän kanssa salista ulos mahdollisimman nopeasti, jotta pääsimme opastamaan vieraita oikeaan paikkaan nauttimaan kahvista tai teestä sekä vadelmaleivoksesta. Olin onneksi valinnut itselleni istumapaikan, joka oli lähellä sisään tuloa. Teatterin puolesta meille varatut pöydät oli merkitty kyltein, joissa luki VVO. Osa vieraista kuitenkin kävi vahingossa ottamassa toisen seurueen noutopöydästä viinerit. Ymmärsin asian vasta aivan loppuvaiheessa, kun huomasin kahden vieraamme istuvan meille varatuissa pöydissä ja syövän sekä vadelmaleivosta että viinieriä. Samaan aikaan toisen seurueen viinerit lopuivat kesken ja teatterissa työskentelevä tarjoilija huomasi näiden kahden vieraamme syövän väärä viinereitä. Tarjoilija pyysi vieraitamme maksamaan viinereistä.

Onneksi olin sopivasti paikalla ja pyysin tarjoilijaa lisäämään viinerit VVO:n laskuun. Teatterikahvilasta onneksi löytyi lisää viinereitä, joten kaikki toisen seurueen vieraat saivat myös syödäkseen. Loppujen lopuksi teatterikahvila ei edes laskuttanut näistä viinereistä.

Väliajalla ehdin myös seurustella vieraiden kanssa. Kiersin pöytiä ja kyseilin, kuinka vieraat ovat viihtyneet ja mitä he pitivät teatteriesityksen ensimmäisestä näytöksestä. Teatteriesityksen jälkeen seisoin ulko-ovien lähetyvillä, kiitin poistuvia vieraita ja toivotin heille turvallista kotimatkaa. Hain oman takkini naulakosta vasta siinä vaiheessa, kun teatteri oli jo lähes kokonaan tyhjentynyt. Kaikki vaikuttivat tyytyväisiltä ja iloisilta ja sain tapahtumasta ja esityksestä myös paljon spontaaneja kehuja. Myös VVO-kotikeskuksen työntekijä kertoi minulle saaneensa paljon kehuja vierailta. Häntä oli varmasti helpompi lähestyä, koska hän oli jo ennestään monelle tuttu.

5 TAPAHTUMAN JÄLKEEN

Tapahtuman järjestämiseen liittyy tehtäviä myös tapahtuman jälkeen. Vieraiden ollessa lähdössä, on hyvä hetki kiittää heitä osallistumisesta ja pyytää heiltä sanallista palautetta ja kommentteja tapahtuman onnistumisesta. Heti vieraiden lähdettyä puretaan yleensä opasteet, somisteet, lavasteet ja muut rakennelmat. Myöhemmin täytyy huolehtia myös tapahtumaan liittyvien laskujen tarkistamisesta ja maksamisesta ajallaan. (Shone & Parry 2004, 215, 218.)

Tapahtuman jälkeen vieraat täytyy muistaa jälkihoitaa. Hyvällä jälkihoitolla voidaan pidentää tapahtumassa synnytettyä muistijälkeä useilla viikoilla. Jälkihoidon toteutustapa pitää suunnitella jo itse tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Toimenpiteet tulee myös budjetoida. Jälkihoitoon ei välttämättä tarvitse kuluttaa suuria summia, vaan joskus pelkkä kiitoskirje tai kortti tai sähköposti riittää. Vieraiden muistaminen jollakin tavalla kuuluu kuitenkin aina asiaan. (Muhonen & Heikkinen 2003, 125.)

Tapahtuman jälkeen on myös tärkeää arvioida tapahtuman onnistuminen sekä analysoida vierailta saatu palaute. Erityisesti korjaavasta palautteesta kannattaa ottaa jatkossa oppia jatkoa varten. Lisäksi tulee arvioida, kuinka hyvin ennen tapahtumaa asetettuihin tavoitteisiin päästiin. (Vallo & Häyrinen 2012, 184.)

Hämeenlinnan tapahtumassa vieraiden kiittäminen hoitui palautekyselyn muodossa. Tapahtuma itsessään on vieraiden kiittämistä pitkäaikaisesta asiakkuudesta, joten en näe tarvetta sen mahtipontisempaan kiittämiseen. Hyviin tapoihin kuuluvat myös kiitokset tapahtuman työntekijöille, esiintyjille, alihankkijoille ja muille sellaisille (Vallo & Häyrinen 2012, 181). Hämeenlinnan tapahtuman jälkeen lähetin VVO-kotikeskuksen työntekijälle pienen kiitoslahjan sekä yhteenvedon saamistani palautteista. Lisäksi lähetin sähköpostitse kiitokset teatteriin ja ravintolaan. Erityiskiitokset ansaitsivat ystävällinen ja joustava palvelu lipunmyynnissä. Palautetta annoin ravintolalle siitä, etteivät he olleet huomioineet etukäteen ilmoitettua sipuliallergiaa.

5.1 Palaute tapahtumasta

Tapahtuman jälkeen on tärkeää saada tietää, miten vieraat kokivat tapahtuman, mitä olisi voitu tehdä toisin ja mikä oli vieraiden mielestä kaikkein parasta. Yrityksen hiljainen tieto lisääntyy, kun palautetta kerätään ja analysoidaan jokaisesta järjestetystä tapahtumasta. Palautetta voi kerätä tapahtuman lopuksi kirjallisesti ja suullisesti tai tapahtuman jälkeen postitse, sähköpostitse, puhelimitse ja netissä. Tapahtuman jälkeen toteutettavat kyselyt kannattaa toteuttaa muutaman päivän kuluessa, jolloin tapahtuma on vielä vieraiden tuoreessa muistissa. Jokaiselle tapahtumalle kannattaa tehdä oma kyselylomake, jonka avulla saadaan selvitettyä tapahtumalle asetettujen tavoitteiden toteutuminen. Lisäksi kannattaa kerätä suullista palautetta käymällä läpi ja kirjaamalla ylös kaikkien tapahtumassa työskentele-

vien saamat palautteet. Suullinen palaute katoaa ajan mittaan, ellei sitä kirjata mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen muistiin. (Vallo & Häyri-nen 2012, 184–187.)

Muhonen ja Heikkinen (2003, 143) huomauttavat että yleisesti käytetty palautelomake tapahtuman lopuksi voi latistaa ikävästi tunnelmaa. Tämän takia keräsin palautetta tapahtumasta tapahtuman jälkeisenä päivänä tekstiviestitse. Myös tämän viestin lähettämiseen käytin Fonectan Kontaktikonetta (kuvio 12).

Kiitos osallistumisestasi eilen teatteri-iltaan! Vastaa maksutta tähän viestiin VVOPALAUTE ja anna arvostana (1-5) illalle kokonaisuutena. Esimerkiksi: VVOPALAUTE 4. Voit myös kirjoittaa avointa palautetta arvostuksen jälkeen. Terveisin VVO

Kuvio 12. Palaute tekstiviestin sisältö.

Osallistuneista 42 henkilöä oli ilmoittanut matkapuhelinnumeron. Yksi osallistuja ei omistanut puhelinta ja kahdella osallistujalla oli ainoastaan lankapuhelin. Yksi osallistuja ei ilmoittanut puhelinnumeroaan. Vastauksia tuli tekstiviestitse 11 kappaletta eli näiden vastausprosentti oli 26,2. Ilmeisesti osa vastaajista koki tekstiviestin hankalaksi tavaksi antaa palautetta, sillä kaksi henkilöä jätti palautteen puhelimitse soittamalla, yksi sähköpostitse sekä kolme henkilöä VVO:n asukasaktiivien Facebookryhmässä. Yhteensä palautteita tuli 15 kappaletta, joten lopullisen vastausprosentin voidaan katsoa olevan 35,7.

Tekstiviestitse pyydettyjä arvostanoja tapahtumalle kokonaisuudessaan asteikolla 1-5 tuli yhteensä kahdeksan kappaletta. Viisi henkilöä antoi arvostanaksi 5 ja kolme henkilöä arvostuksen 4. Arvostusten keskiarvo on näin ollen 4,6, jota voi mielestäni pitää erittäin hyvänä tuloksena. Tämä ylitti myös ennen tapahtumaa asetetun tavoitteen, joka oli 4,4.

Avoimissa palautteissa (liite 3) ei mainittu yhtäkään negatiivista asiaa käytännön järjestelyistä tai tapahtumaan yleisesti. Aikataulua, ruokailua ja tapahtumaa kokonaisuudessaan kehuistiin. Ilmeisesti ruokatarjoilut tekivät osallistujiin suurimman vaikutuksen, sillä ruokia kehui viisi henkilöä ja itse teatteriesitystä vain yksi henkilö. Kaksi henkilöä mainitsi myös, että tapahtuma viesti siitä, että VVO arvostaa pitkäaikaisia asukkaitaan. Juuri tämä viesti olikin tapahtuman yksi tavoitteista.

Myöskään tapahtuman aikana annettuja spontaaneja kehuja ja kiitoksia ei voi jättää huomioimatta. Itse sain tapahtuman aikana muutamia suullisia kiitoksia. Samaa kertoi myös paikallisen VVO-kotikeskuksen paikalla ollut työntekijä. Lisäksi eräs asukas oli soittanut hänelle seuraavana päivänä ja muutama asukas oli myös kiitellyt hänen asioidessaan kiinteistöillä. Nämä palautteet noudattivat hyvin samaa linjaa kuin palautekyselyn kautta

saadut palautteet viestittivät. Tapahtumaa itsessään ja sitä, että VVO muistaa pitkäaikaisia asukkaita kiiteltiin sekä ruokatarjoiluja kehuksi.

Kyselyn mittaustuloksilla on hyvä reliabiliteetti, jos tulokset ovat toistettavia ja ne eivät anna sattumanvaraisia tuloksia (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2003, 213). Vaikka tekstiviestitse saatujen palautteiden määrä ei ollut kovin suuri, niin vastausprosentti oli mielestäni kohtuullisen hyvä. Sekä kyselytutkimuksen että suullisten palautteiden viestit olivat yhteneväisiä. Tämän perusteella voin todeta, että palautekyselyn reliabiliteetti oli hyvällä tasolla.

Validiteetti ilmaisee sitä, miten pätevät kyselyn mittaus- tai tutkimusmenetelmät ovat eli kuin hyvin tutkimus mittaa haluttua asiaa (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2003, 213). Tekstiviestikyselyssä pyydettiin antamaan tapahtumasta palautetta. Tätä kehotusta lieene vaikea ymmärtää väärin, joten mielestäni kyselyn validiteetti on hyvä. Tarkoitus oli selvittää vieraiden mielipiteitä tapahtumasta ja palautteet liittyivät juuri tähän. Myös kyselyn kohderyhmä oli oikea, koska kysely lähetettiin tapahtumaan osallistuneille.

5.2 Tapahtuman onnistumisen arviointi

Tapahtuman onnistumisen arviointi tulee suorittaa viimeistään kuukauden kuluessa tapahtuman päättymisestä. Suurten tapahtumien arvioimisessa voi järjestää arviointipalaverin tapahtuman suunnittelussa ja järjestelyissä mukana olleiden työntekijöiden kanssa. Huolellisesta onnistumisen arvioimisesta on hyötyä tulevien tapahtumien järjestämisessä, joten sitä ei kannata jättää väliin. Tapahtuman arvioinnissa voidaan löytää tekijöitä, jotka onnistuivat erityisen hyvin ja joita kannattaa käyttää myös jatkossa. Toisaalta tapahtumassa voidaan todeta olleen asioita, jotka eivät toimineet ja joita ei kannata enää toistaa. Tapahtumasta voidaan myös löytää asioita, jotka sujuivat kohtalaisesti, mutta jotka voitaisiin hoitaa jatkossa paremmin. Tärkeimmät arvioitavat asiat ovat kuitenkin tavoitteiden toteutuminen ja kehitysehdotukset jatkoa varten, mikäli vastaavanlaisia tapahtumia aiotaan vielä järjestää. (Shone & Parry 2004, 220–221.)

Tapahtuman tulosten mittaaminen ja arviointi voi tuntua hankalalta, mutta se ei ole syy jättää sitä tekemättä. Asiaa auttaa, jos onnistumisen arviointi on otettu huomioon jo tavoitteita määrittäessä. Ilman onnistumisen arviointia on tapahtumalle hankala hakea oikeutusta jatkossa. Tapahtuman onnistumisen arvioinnissa tulee ottaa huomioon erityisesti se, miten ennen tapahtumaan asetetut tavoitteet toteutuivat. Myös tuotantoprosessin arvioiminen on tärkeää. Näin mahdolliset virheet osataan välttää tulevissa tapahtumissa ja toisaalta onnistuneiksi ratkaisuksi todetut käytännöt voidaan ottaa käyttöön myös jatkossa. (Muhonen & Heikkinen 2003, 125–126, 131.)



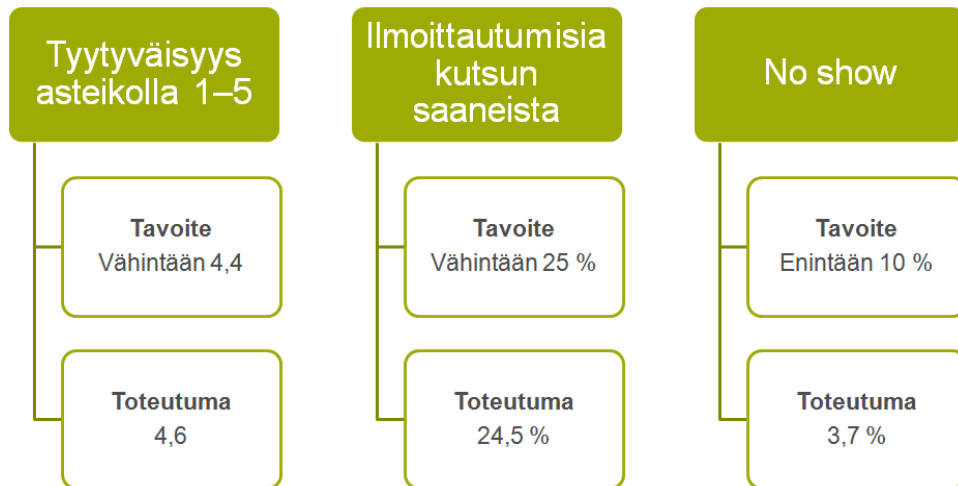
Kuvio 13. Hämeenlinnan tapahtuman 7.3.2013 tutkimisen ja arvioinnin vaiheet (Muhonen & Heikkinen 2003, 134–135).

Muhonen ja Heikkinen (2003, 134–135) jakavat tapahtuman tutkimisen ja arvioinnin vaiheet viiteen eri osa-alueeseen (kuvio 13). Ensimmäiseksi määritellään lähtötaso eli se, missä tilanteessa ollaan ennen tapahtuman toteutusta. Toisessa vaiheessa asetetaan tapahtumalle tavoitteet. Tämän jälkeen alkaa tutkimusvaihe, jossa kerätään kaikki tarvittava tieto ja luvut analysointia varten. Tämä vaihe sisältää myös tapahtuman sisällön ja ulkoisten puitteiden arvioinnin. Neljännessä vaiheessa analysoidaan, miten hyvin asetetut tavoitteet saavutettiin. Lopuksi mietitään jatkotoimenpiteet ja arvioidaan, kannattaako vastaavaa tapahtumaa edes järjestää uudelleen.

Hämeenlinnan teatteri-illasta saadun palautteen perusteella tapahtuma onnistui kiitettävästi, sillä avoimet kommentit olivat pelkästään positiivisia. Täydelliseen tapahtumaan on kuitenkin vielä matkaa ja olisi mielenkiintoista tietää, miksi osa vastaajista antoi arvosanan 4, vaikka he avoimen palautteen perusteella olivat kuitenkin täysin tyytyväisiä. Olisi ollut arvokasta saada tietää, miksi he eivät antaneet parasta arvosanaa; olisiko esimerkiksi jotakin tarvittu lisää tai olisiko jonkin asian pitänyt olla toisin. Käytännönjärjestelyjen suhteen voidaan sanoa, että ne olivat onnistuneet, sillä niistäkään ei tullut yhtään negatiivista palautetta. Myös oman havainnointi mukaan järjestelyt olivat toimivat.

Asiakkaiden sitoutumisen aste näkyy käytännössä asiakkuusajan pituudessa. Tapahtumaan osallistuneiden asiakkuusajan jatkumista voidaan seurata pitkällä aikavälillä. Todennäköisesti sitoutuneisuuteen liittyy myös monia muita asioita kuin VVO:n järjestämä tapahtuma. Olen kuitenkin varma,

ettei tapahtumalla ole ainakaan asiakassuhteeseen lyhentävää vaikutusta. Jatkossa vastaavia tapahtumia kannattaa mielestäni järjestää uudelleen. Olen mielestäni saanut kehitettyä toimivan konseptin, jonka mukaan tapahtumia on jatkossa helppo järjestää, kun kaikkea ei tarvitse miettiä alusta alkaen. VVO:n johdon linjaus on se, että VVO haluaa palkita ja muistaa pitkäaikaisia asukkaitaan. Tapahtumaedut ovat mielestäni tähän tehokas tapa.



Kuvio 14. Hämeenlinnan teatteri-illan 7.3.2013 mitattavien tavoitteiden toteutuminen.

Hämeenlinnan tapahtumalle asetetut mitattavat tavoitteet toteutuivat paremmin kuin olin odottanut (kuvio 14). En ollut mielestäni asettanut tavoitteita liian alhaisiksi. Etenkin no show -prosentti oli huomattavasti pienempi kuin mitä olisin etukäteen uskonut. Myös vieraiden kokonaistyytyväisyyden tavoite oli mielestäni korkealla, mutta siitä huolimatta se ylittyi. Kustuja lähetettiin 200 kappaletta, ja kutsuun vastattiin 49 asunnosta. Osallistumisprosentti oli ainoastaan puoli prosenttia tavoiteltua alhaisempi, joten myös tämän mittarin voidaan katsoa toteutuneen kohtuullisesti.

5.3 Kehitysehdotukset

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli suunnitella ja toteuttaa pitkäaikaisten asukkaiden tapahtuma. Tavoitteena oli määritellä toimivat käytännöt tapahtumien järjestämiseksi myös jatkossa. Opinnäytetyöraportin liitteenä on opas, jonka avulla vastaavanlaisien tapahtumien järjestäminen onnistuu jatkossa vaivattomasti kaikki tärkeät ja oleelliset asiat huomioiden.

Järjestämäni tapahtuma Hämeenlinnassa 7.3.2013 onnistui hyvin, mutta täydelliseksi sitä ei voi silti sanoa. Jokainen tapahtuma on myös erilainen, joten pelkkä opas tapahtuman järjestämiseksi ei voi koskaan riittää. Lisäksi tapahtuman järjestäjältä vaaditaan omaa harkintaa ja päättelykykyä sekä rohkeutta tehdä tarvittaessa omia ratkaisujaan. Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumia ei ole tarkoitus toteuttaa vuosikausia identtisellä kaavalla, vaan niin voi ja pitää jatkuvasti kehittää. Tekemiäni ratkaisuja saa myös kyseenalaistaa.

Raportin liitteenä olevassa oppaassa olen huomionnut ne asiat, jotka olisi voinut hoitaa paremmin 7.3.2013 järjestetyssä ensimmäisessä pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumassa. Olen myös jättänyt oppaaseen eri toteutusvaihtoehtoja, sillä usein asiat voidaan järjestää onnistuneesti hyvin monella eri tavalla. Opas on apuna ja tukena tapahtumien järjestämisessä, mutta vastuu on aina järjestäjällä.

Hämeenlinnan teatteri-illassa 7.3.2013 olisin voinut tehdä muutamia asioita paremmin. Kutsujen lähettämisen jälkeen sain tietooni, että jos yritys lähettää asiakkaalle viestin, jossa kehoitetaan soittamaan palvelunumeroon, pitäisi viestissä olla aina ilmaistuna myös puhelun hinta. Kutsuissa pyydettiin ilmoittautumaan puhelimitse tai sähköpostitse, joten kutsusta olisi pitänyt ilmetä myös puhelun hinta, joka on suurempi kuin normaali hinta lankapuhelimesta tai matkapuhelimesta soitettaessa. Tapahtumassa minun olisi myös pitänyt huomioida naulakkopalveluiden maksullisuus etukäteen. Olisi ollut vähemmän stressaavaa hoitaa asia jo etukäteen eikä vasta juuri ennen tapahtumaa. Onneksi viime hetken toimet eivät kuitenkaan näkyneet vieraille asti. Jatkossa aion myös lähettää ensimmäiset kutsut aikaisemmin kuin mitä tähän tapahtumaan lähetin.

Epäselväksi minulle jäi edelleen se, kannattaako tapahtumassa tarjoilla alkoholia vai ei. Ja jos tarjoillaan, niin mitä tarjotaan ja millä tavalla. Hämeenlinnan tapahtumassa 7.3.2013 päädyin ruokailun ajan tapahtuvaan viinien vapaaseen kaatoon. Tämä ratkaisu vei budjetista mielestäni turhan suuren osan. Lisäksi selkeä haittapuoli olivat myös muutama vieras, jotka eivät osanneet nauttia alkoholia sivistyneesti. Yksi vaihtoehto olisi tarjota konjakki tai likööri teatterin väliaikatarjoilujen yhteydessä. Tällöin myös kustannukset pysyvät paremmin hallinnassa, kun jokaiselle vieraalle tarjoillaan vain yksi annos. Ruokailun yhteydessä viinitarjoilua voisi kokeilla myös vapaan kaadon sijasta niin, että jokaiselle vieraalle tarjoillaan vain yksi tai kaksi lasillista.

Myös palautteen keräämisen tapoja kannattaa miettiä ja kehittää jatkossa. Tekstiviestitse lähetettävän palautekyselyn etu on sen helppous, nopeus ja edullisuus. Suurin heikkous tekstiviestikyselyssä on se, että etenkin iäkkäät asukkaat eivät välttämättä osaa lähettää tekstiviestiä tai tuntevat palautteen antamisen tekstiviestitse muuten hankalaksi. Tekstiviestikyselyyn ei myöskään mahdu juuri kysymyksiä, joten palautteen määrä voi jäädä suppeaksi. Jokaisen tapahtuman kohdalla kannattaa miettiä myös muita tapoja kerätä palautetta. Esimerkiksi, jos jossakin tapahtumassa tulee paljon ilmoittautumisia sähköpostitse, voisi heille harkita palautekyselyn lähettämistä sähköpostitse. Tällöin kysely voidaan toteuttaa esimerkiksi Digiumilla ja siihen voi lisätä enemmän kysymyksiä.

Yksityiskohtaisessa palautekyselyssä kannattaa kysyä tapahtuman tavoitteisiin liittyviä kysymyksiä, eikä esimerkiksi mielipiteitä ruokatarjoiluista (Heikkinen 2013). Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien palautekyselyssä voisi kysyä esimerkiksi tapahtuman vaikutusta asiakkuuteen ja asiakasuskollisuuteen sekä mielipiteitä tapahtumasta pitkäaikaisen asiakkuuden palkitsemismuotona. Kysymykset täytyy muotoilla selkeään ja ymmärrettävään muotoon.

Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa on piirteitä aistimus-, hyöty- ja joukkoonkuulumistapahtumista. Erityisen tärkeänä tapahtuman tavoitteiden toteutumisen kannalta pidän joukkoonkuulumistapahtuman elementtejä, jossa jokainen vieras tekee oman osansa tapahtuman aikaansaamien kokemusten luomisessa. Vieraiden keskinäinen vuorovaikutus on mielestäni tärkeää ja vuorovaikutuksen lisäämisen mahdollistamista kannattaa pohtia tulevia tapahtumia järjestettäessä.

Nina Ståhlsin (2013) mukaan osallistaminen on tulevaisuuden trendi tapahtumissa. Hänen mukaansa kannattaa rohkeasti kokeilla eri keinoja osallistaa tapahtuman vieraita. Ennen tapahtumaa voi esimerkiksi sosiaalisen median kautta kysyä vierailta mielipiteitä tapahtuman sisällöstä. Kun vieraiden annetaan vaikuttaa tapahtumaan, sitouttaa se heitä myös osallistumaan. Osallistamista voi toteuttaa myös tapahtuman aikana. Esimerkiksi vieraat voivat esittää kommentteja tai osallistua kilpailuun lähettämällä tekstiviestin, jonka sisältö voi näkyä vaikkapa tapahtumapaikan seinälle heijastettuna. Tekniikoita ja välineitä on nykypäivänä hyvinkin paljon. Erilaisia osallistamisen keinoja ja tapoja kannattaa pohtia myös pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa.

Tapahtuman vaikuttavuutta voi parantaa niin sanotuilla vau-efekteillä, joiden ei välttämättä edes tarvitse olla kovin suuria tai ihmeellisiä. Esimerkiksi kuumana kesäpäivänä asiapitoisessa seminaaripäivässä voidaan tarjoilla perinteisten iltapäiväkahvien sijasta virkistävät jäätelöt. Vau-efektin luominen ei siis välttämättä ole kustannuskysymys, vaan ennemminkin siihen vaaditaan hyvää mielikuvitusta ja rohkeutta rikkoa tyypillisiä toimintamalleja. (Ståhls 2013.)

Myös pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien suunnittelussa voisi käyttää jatkossa enemmän mielikuvitusta. Hyviä ideoita on mielestäni sallittua varastaa ja niitä voi soveltaa omaan tapahtumaan sopiviksi. Aina kun itse osallistuu erilaisiin tapahtumiin, kannattaa toimivat ideat ja toimintamallit kirjata itselleen ylös muistiin. Tarvittaessa apua ideointiin voi pyytää myös yrityksen muilta työntekijöiltä tai jopa ulkopuoliselta taholta. Ideointiin voisi sopia aivoriihi-tyyppinen työskentely, jossa työryhmän hulluimmatkin ideat otetaan vakavasti harkintaan.

6 TYÖSKENTELYN ARVIOINTI

Opinnäytetyön tekeminen on ollut mielessäni oikeastaan jo opintojen alusta lähtien. Opinnäytetyön laajuus tuntui pelottavalta ja työmäärältään valtavalt. Joidenkin tuttavieni tradenomiksi valmistuminen on viivästynyt tai jäänyt jopa kokonaan väliin opinnäytetyön tekemättömyyden takia. Tämä taisi olla yksi syy, miksi opinnäytetyön tekeminen vaikutti minusta hyvinkin vaativalta ja raskaalta prosessilta. Onneksi pelkoni ja epäilykseni olivat vain osittain aiheellisia. Työmäärä on ollut suuri ja olen luultavasti käyttänyt työn tekemiseen enemmän aikaa kuin mitä opintopisteet edellyttävät. Kuitenkin työskentely on ollut mielekästä ja palkitsevaa, ja olen ollut motivoitunut työn tekemiseen.

Olen alusta asti tiennyt, että haluan tehdä opinnäytetyöni omalle työnantajalleni ja mieluiten omaan työhöni liittyen. Näin halusin varmistaa aiheen työelämälähtöisyyden sekä sen, että minulla on työn toteuttamiseen hyvä motivaatio. Olen työskennellyt VVO:n asukasetujen parissa vuodesta 2008 lähtien ja etujen kehittäminen on minulle tärkeää. Pidän työstäni ja haluan olla tehtävissäni mahdollisimman hyvä. Tämän opinnäytetyön kautta sain kehitettyä VVO:n asukasetuja entistä paremmiksi.

Olen harkinnut useita eri vaihtoehtoja opinnäytetyöni aiheeksi. Marraskuun 2012 lopulla päädyin valitsemaan aiheekseni VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien suunnittelun ja toteutuksen. Aiheen valitseminen oli vaikeaa, mutta päätöksenteon jälkeen olo oli helpottunut. Päätettyäni aiheen, en ole halunnut hetkeäkään vaihtaa sitä. Olen siis erittäin tyytyväinen valintaani.

Opinnäytetyön aloittaminen oli vaikeaa. Aiheen rajaamiseen ja näkökulman hahmottamiseen meni paljon aikaa. Aloitin joulukuussa 2012 opinnäytetyöpäiväkirjan kirjoittamisen, mikä oli toimiva keino ajatusten selkiyttämiseen. Tutustuin myös moniin aiemmin tehtyihin opinnäytetöihin, jotka liittyivät tapahtuman järjestämiseen. Poimin mielestäni hyvistä opinnäytetyöraporteista toimivia malleja omaan työhöni, esimerkiksi työn rakenteeseen ja aiheen rajaukseen liittyen.

Tammikuun 2013 alussa sain tehtyä alustavan rungon sisällysluettelolle. Tällöin myös aiheen rajaaminen alkoi selvitä. Tämä oli helpottava tilanne, sillä tässä vaiheessa tarvitsi vain käydä työhön eli etsimään aiheeseen liittyvää tietoa. Vaikka sisällysluettelo onkin muuttunut ja tarkentunut useaan otteeseen, oli sen suunnitteluun mielestäni erittäin hyvä käyttää kunnolla aikaa heti alusta lähtien. Tällä tavoin olen välttynyt myös paljolta turhalta työltä. En ole juurikaan kirjoittanut aiheen vierestä.

Tammikuu ja helmikuu 2013 menivät pitkälti teoriaan tutustuessa ja siitä kirjoittaessa. Samaan aikaan suunnittelin myös 7.3.2013 järjestämäni tapahtumaa, johon hain vinkkejä ja ajatuksia lukemastani teorialiedosta. Tapahtuman käytännön järjestämisen pystyin onneksi hoitamaan työajallani. Pian tapahtuman jälkeen kirjoitin kuvauksen tapahtuman kulusta ja toteutin palautekyselyn.

Osallistuin väliseminaariin 6.4.2013. Tässä vaiheessa työni oli mielestäni jo oikein hyvällä mallilla. Sain seminaarissa opponoijalta kannustavaa palautetta. Ohjaavalta opettajalta sain myös erityisen hyödyllisiä vinkkejä ja neuvoja työni parantamiseen entisestään. Opettajan palautteen johdosta päätin muun muassa toteuttaa erillisen oppaan pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien järjestämiseen. Oppaan tekemiseen meni yllättävän paljon aikaa, mutta olen tyytyväinen, että se tuli kuitenkin tehdyksi. Tein paljon myös muita parannuksia, eli työni ei ollutkaan vielä ihan niin valmis kuin olin ennen väliseminaaria kuvitellut.

Nyt kun työ on todella jo aivan loppusuoralla, voin ilokseni todeta, että opinnäytetyön tekeminen on sujunut helpommin kuin mitä olin etukäteen pelännyt. Luultavasti suurin syy tähän on aiheen mielekkyys ja hyvä motivaatio työn tekemiseen. Olen myös onnistunut aikatauluttamaan työskentelyni muiden opiskelujen, työn, perheen ja harrastusten lomaan. En jättänyt opinnäytetyön tekemiseen pitkiä taukoja muutamaa lomamatkaa lukuun ottamatta. Pääasiassa työstin opinnäytetyötä eteenpäin noin viitenä päivänä viikossa. Näin työ säilyi hyvin mielessä, eikä minulta kulunut turhaan aikaa sen miettimiseen, mihin viime kerralla olin jäänyt ja mitä piti seuraavaksi tehdä.

Sopivien lähteiden löytäminen tuntui aluksi vaikealta. Löysin muutaman erittäin hyvän suomenkielisen kirjan, mutta pelkästään niitä käyttämällä lähdeluettelosta olisi tullut liian suppea ja toisaalta näkökulma olisi ollut turhan yksipuolinen. Tilanne helpottui, kun ymmärsin etsiä laajemmin englanninkielistä kirjallisuutta. Englanniksi hyviä lähteitä löytyi lopulta hyvinkin paljon ja laajasti eri näkökulmista. Lisäksi toiminnallisessa opinnäytetyössä oleellinen osa tietoperustaa on myös käytännön tekemisestä löydetty tieto.

Kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen omaan työskentelyyni. Voin vilpittömästi sanoa, että olen tehnyt tästä opinnäytetyöstäni niin hyvän kuin pystyn. Toki tekstiä voisi hioa ja parannella loputtomiin, mutta jossakin vaiheessa on vain hyväksyttävä, että työ valmis.

LÄHTEET

- Arantola, H. 2003. Uskollinen asiakas: Kuluttaja-asiakkuuksien johtaminen. Porvoo: WSOY.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13. uudistettu painos. Helsinki: Edita.
- Bladen, C., Kennell, J., Abson, E. & Wilde, N. 2012. Events Management: an Introduction. Abingdon: Routledge.
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2011. Events Management. 3rd edition. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Campbell, F., Robinson, A., Brown, S. & Race. 2003. Essential Tips for Organizing Conferences & Events. New York: RoutledgeFalmer
- Catani, J. 2008. Yritystapahtuma kontekstina ja kulttuurisena kokemuksena. Jyväskylän yliopisto. Humanistinen tiedekunta. Väitöskirja.
- Conway, D. G. 2011. The Event Manager's Bible: the Complete Guide to Planning and Organising a Voluntary or Public Event. 3rd edition. Oxford: How To Books
- Emerit. 2011. Canadian Tourism Human Resource Council. International Competency Standards. Version 1.0. Viitattu 3.4.2013.
<http://www.merici.ca/collection/2012-06-08/event-management.pdf>
- Getz, D. 2005. Event Management & Event Tourism. 2nd edition. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Gummesson, E. 2004. Suhdemarkkinointi: 4P:stä 10R:ään. 2. uudistettu painos. Helsinki: Talentum
- Hamso, E. 2013. Kokoukset ja yritystapahtumat. Yritystapahtuma on parhaimmillaan kannattava sijoitus. Vieraskirjoitus. Mediaplanetin tuottama erikoisjulkaisu, 10.
- Heikkinen, H. 2013. Talentum Events Oy. Kongressi 2013 -messut. Onnistuneen tapahtuman tavoitteet ja tulos. Paneelikeskustelu 17.3.2013. Finlandia-talo.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2003. Tutki ja kirjoita. 6.-9. painos. Vantaa: Dark Oy.
- Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumanjärjestäjille. Helsinki: Suomen Liikunta ja Urheilu ry.

Matthews, D. 2008. Special Event Production: the Process. First edition. Canada: Butterworth-Heinemann.

Muhonen, R. M. & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain: Tapah-
tumamarkkinoinnin voima. Helsinki: Talentum.

Muutoksia asukasetuihin. Asiakaslehti VVO:n asukkaille. Asukas-lehti
1/2013, 35.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetel-
mät: Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOY.

OK-opintokeskus. 2013. Verkko-oppimateriaalit: swot-analyysi. Viitattu
22.4.2013. <http://ok-opintokeskus.fi/swot-analyysi>

Raj, R., Walters, P. & Rashid, T. 2013. Events Management: Principles &
Practise. London: Sage

Shone, A. & Parry, B. 2004. Successful Event Management: a Practical
Handbook. 2nd edition. London: Thomson.

Silvers, J. 2003. Event Management Body of Knowledge Project. Viitattu
3.5.2013. <http://www.juliasilvers.com/embok.htm>

Ståhls, N. 2013. Haaga-Helia. Kongressi 2013 -messut. Onnistuneen ta-
pahtuman tavoitteet ja tulos. Paneelikeskustelu 17.3.2013. Finlandia-talo.

Tapahtumajärjestäjän opas. N.d. Etelä-Pohjanmaan liitto. Viitattu
3.5.2013.
<http://www.etelapohjanmaa.fi/kulttuuri/documents/tapahtumaopas.pdf>

Tapahtumamarkkinointi.eu. N.d.a. Tapahtumamarkkinointi. Viitattu
3.5.2013. <http://tapahtumamarkkinointi.eu/tapahtumamarkkinointi/>

Tapahtumamarkkinointi.eu. N.d.b. Tapahtumamarkkinoinnin mahdolli-
suuksia - kohtaamisia ja hiljaista tietoa jaetussa tilassa. Viitattu 3.5.2013
[http://tapahtumamarkkinointi.eu/tapahtumamarkkinoinnin-
mahdollisuuksia-kohtaamisia-ja-hiljaista-tietoa-jaetussa-tilassa/](http://tapahtumamarkkinointi.eu/tapahtumamarkkinoinnin-mahdollisuuksia-kohtaamisia-ja-hiljaista-tietoa-jaetussa-tilassa/)

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus: Tapahtumamark-
kinointi ja tapahtuman järjestäminen. 3. uudistettu painos. Tallinna: Tieto-
sanoma Oy.

Vallo, H. 2009. Isännyyden ihanuus. Keuruu: Otava

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväsky-
lä: Tammi

VVO:n asukasedut. Viitattu 24.4.2013.
<https://www.vvo.fi/asukkaalle/asukasedut/>

VVO-yhtymä Oyj:n nettisivut. Viitattu 3.1.2013.
<https://www.vvo.fi/vvoyrityksena/>

VVO-yhtymä Oyj:n vuosikertomus vuodelta 2012. Viitattu 25.3.2013.
<http://www.vvo.fi/vuosikertomus2012/>

MUISTILISTA TAPAHTUMAAN MUKAAN OTETTAVISTA ASIOISTA

- Nimilista ilmoittautuneista ja henkilömääristä aakkosjärjestyksessä
- Liput teatteriin
- Yhteistyökumppaneiden yhteystiedot (mm. ravintola, lipunmyynti)
- Opasteet
- Kyniä, tusseja ja teippiä
- Nimilaput VVO:n henkilökunnalle
- VVO:n vaatteet (esimerkiksi kauluspaita ja villatakki)
- Katsomokartta
- Kartta tapahtumapaikalle
- Roll uppeja

HÄMEENLINNAN TEATTERI-ILLAN 7.3.2013 KUTSUKORTTI



Tervetuloa teatteriin 7.3.2013!

Haluamme palkita pitkäaikaisesta asiakkuudesta ja toivottaa tervetulleeksi Hämeenlinnan teatteriin (Keinusaarentie 5) katsomaan Perheistä parhain -näytelmää torstaina 7.3.2013.

Ennen näytöstä tarjoamme kevyen buffet-illallisen ravintola Iso Huvilassa (Paasikiventie 2) kello 17:30 alkaen. Saavuthan ravintola Iso Huvilaan viimeistään kello 18:00! Näytös alkaa Hämeenlinnan teatterissa kello 19:00. Esityksen kesto on noin 2h 15 min väliajan kanssa.

Pyydän vahvistamaan osallistumisen 22.2.2013 mennessä soittamalla numeroon 020 508 3900 (arkisin klo 8:30-15:30) tai lähettämällä sähköpostia osoitteeseen asukasedut@vvo.fi. Mainitse ilmoittautuessasi nimi, osoite, puhelinnumero sekä osallistujien määrä (enintään kaksi henkeä). Ilmoitathan myös mahdollisista erityisruokavalioista. Tilaisuus on maksuton VVO:n pitkäaikaisille asukkailla.

Lämpimästi tervetuloa!

VVO-yhtymä Oyj

*Anna Holopainen
avainasukaspäällikkö*

VVO
Yksi elämä. Asu se hyvin.

PALAUTEKYSELYN AVOIMET VASTAUKSET

Ruoka oli hyvää, tosi hienosti suoritettu muutenkin.

Hei, en saanut puhelimella viestiä lähtemään, siksi laitan postia. Kiitos teatteri-illasta, todella onnistunut tapahtuma. Järjestelyt hyvin onnistuneet, kokonaisuus oli liki täydellinen. Tällaisia tapahtumia toivoo jatkossakin. HYVÄÄ KEVÄTTÄ MEILLE KAIKILLE VVOlaisille!!

En oikeen pystynyt keskittymään teatteriesitykseen, koska se oli minulle ensimmäinen kerta teatterissa. Minulla oli hyvä seuralainen mukana. Yllätyin, kun kaikki meni niin hyvin.

Upeasti järjestetty tilaisuus kaikin tosi herkullisin antimin!! Lisää kulttuurelle tapahtumia pitkäaikaisasukkaille. Tämä tilaisuus taas yrittämään siihen, että pitkäaikaista asukasta arvostetaan! Kiitos vielä kerran mahtavasti järjestetystä teatteri-illasta!

Teatteri-ilta 7.3.-13 oli hyvin onnistunut ja suunniteltu. Buffet ateriaan oli varattu hyvin aikaa, ehti syömään rauhassa ja keskustelemaan samalla toisten kanssa. Ateria oli erilainen, ja maukas. Teatterin väliaika tarjoiluakin oli hyvin järjestetty, ei tarvinnut jonotella, koska kaikki oli valmiina pöydissä, myös tämä oli makoisaa. Oli kiva että narikkakin oli huomioitu.

Hämeenlinna kiittää ja kiittää aivan mahtavasta teatteri-illasta :D Kiitos Anna hienosti järjestetystä illasta buffee tarjoiluineen ja väli ajan kestityksestä :)

Teatteri ilta tarjoiluineen erittäin korkeasti arvokas laadultaan ja tasoltaan. Kertoo erittäin paljon wwo:sta vuokran antajana hyvää. Kiitos.

Kiitos VVO:lle hauskaasta teatteri-illasta. aivan loistava näytelmävalinta :D



OPAS PITKÄAIKAISTEN ASUKKAIDEN TAPAHTUMIEN JÄRJESTÄMISEEN



Anna Holopainen

SISÄLTÖ

<u>Lukijalle</u>	<u>1</u>
<u>Mitä?</u>	<u>2</u>
<u>Miksi?</u>	<u>2</u>
<u>Milloin?</u>	<u>2</u>
<u>Kenelle?</u>	<u>4</u>
<u>Miten?</u>	<u>4</u>
Tapahtuman suunnittelu	4
Tapahtumaprosessi	5
Kustannusarvio	5
Kutsut	6
Ilmoittautuminen	7
Opasteet ja sisääntulo	7
Ohjelma	8
Tapahtumapaikka	9
Ajankohta	9
Tarjoilut	10
Henkilöstö ja vastuunjako	10
<u>Mitä sitten?</u>	<u>11</u>
Palautteen kerääminen	12
Tapahtuman onnistumisen arviointi	12
<u>Kehitysehdotukset</u>	<u>13</u>
<u>Lähteet</u>	<u>15</u>

LUKIJALLE

Tämä opas on toiminnallisen opinnäytetyöni tuotos VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien järjestämiseksi. Opas perustuu sekä teorian tietoon että käytännön kokemuksiini ja havaintoihini. Käytännön kokemukset perustuvat aikaisempiin järjestämiini tapahtumiin sekä erityisesti ensimmäiseen pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumaan, jonka järjestin Hämeenlinnassa 7.3.2013.

Oppaan tarkoitus on helpottaa tulevien tapahtumien järjestämistä. Virheistä ei tarvitse oppia tekemällä niitä kaikkia itse. Tapahtumien järjestämiseen liittyvät virheet ja mokat johtuvat usein siitä, ettei jotakin asiaa ole ymmärretty tai muistettu ottaa huomioon etukäteen. Tämä opas on käytännönläheinen muistilista tapahtumaan liittyvistä hoidettavista ja huomioitavista asioista - ja niitä on paljon!

Opas on suunniteltu erityisesti VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumiin, mutta sitä voi hyödyntää myös muissa vastaavanlaisissa tapahtumissa. Oppaan kohderyhmä on erityisesti VVO:n asukasetujen parissa työskentelevät henkilöt, mutta myös yrityksen muut työntekijät voivat ottaa tarvittaessa oppaan vinkkejä käyttöönsä.

Jokainen tapahtuma on erilainen, joten pelkkä opas tapahtuman järjestämiseksi ei voi koskaan riittää. Lisäksi tapahtuman järjestäjältä vaaditaan omaa harkintaa ja päättelykykyä sekä rohkeutta tehdä tarvittaessa omia ratkaisujaan. Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumia ei ole tarkoitus toteuttaa vuosikausia identtisellä kaavalla, vaan niin voi ja pitää jatkuvasti kehittää. Tekemiäni ratkaisuja saa kyseenalaistaa. Olen myös jättänyt oppaaseen eri toteutusvaihtoehtoja, sillä usein asiat voidaan järjestää onnistuneesti hyvin monella eri tavalla. Opas on apuna ja tukena tapahtumien järjestämisessä, mutta vastuu on aina järjestäjällä.

Opinnäytetyöni yksi parhaista lähteistä on ollut Helena Vallon ja Eija Häyrisen (2012) Tapahtuma on tilaisuus - Tapahtumamarkkinoinnin ja tapahtuman järjestäminen. Kirja on käytännönläheinen yleisopas tapahtumien järjestämiseen ja tapahtumamarkkinoinnin toteuttamiseen yrityksissä. Kirjaa on helppo käyttää käsikirjana, ja sitä kannattaa hyödyntää jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Suositelen kirjaa kaikille, jotka haluavat syventää tapahtumanjärjestämisen taitojaan.

Toivon tämän oppaan olevan sinulle iloksi ja hyödyksi.
Onnea ja menestystä tapahtumiisi!

Anna Holopainen
Hämeen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma, tradenomi
Kevät 2013

MITÄ?

Valtakunnallisia tapahtumia, joihin on kutsuttu kaikki VVO:n asukkaat, on järjestetty jo useana vuotena. Vuoden 2013 alussa päätettiin järjestää näiden lisäksi myös omia tapahtumia pitkäaikaisille asukkaille. Taustalla on 5- ja 10-remonttietujen poistuminen sekä tarve kehittää pitkäaikaisille asukkaille uusia asukasetuja.

Vuosina 2013–2015 pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumat ovat teatteri-iltoja, joissa vieraat kutsutaan illalliselle sekä katsomaan teatteri-esitystä. Vuonna 2016 konseptia voidaan uudistaa ja valita kattotapahtumaksi jokin muu vaihtoehto, kuten konsertti tai ooppera.

MIKSI?

Tapahtuman tarkoitus on järjestää VVO:n pitkäaikaisille asukkaille miellyttävä tapahtuma, jossa he viihtyvät ja jonka kautta he tuntevat olevansa erityisen tärkeitä asiakkaita VVO:lle. Tapahtumien tavoitteena ovat asiakkaiden sitoutumisen vahvistaminen, asiakastyytyväisyyden parantaminen ja VVO:n houkuttelevuuden lisääminen asumispalvelujen tuottajana. Tapahtumien viesti asukkaille on, että he ovat VVO:lle tärkeitä ja että heidän sitoutuneisuuttaan yritykseen arvostetaan. Heidä myös halutaan kuunnella ja heidän pitkäaikaisesta asiakkuudestaan halutaan palkita konkreettisesti.

Tapahtumien kautta VVO:n henkilökunta ja asiakkaat pääsevät tapaamaan toisiaan mukavissa merkeissä. Tämä mahdollistaa myös palautteen, asiakkaiden mielipiteiden ja hiljaisen tiedon keräämisen. Toissijaisena tavoitteena on myös luoda näkyvyyttä ja positiivista yrityskuvaa potentiaalisissa asiakkaissa. Tämä voidaan saavuttaa itse tapahtumapaikalla VVO:n näkyvyyden varmistamisella sekä puskaradion kautta. Kaikkien näiden tavoitteiden taustalla on pyrkimys pidentää asiakkaiden asumisaikoja eli asiakkaiden kannattavuutta.

MILLOIN?

Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumat järjestetään alueittain siten, että jokaisella VVO-kotikeskusalueella järjestetään yksi tapahtuma kerran kolmessa vuodessa. Seuraavassa on suunnitelma toteutusaikataulusta VVO-kotikeskusalueittain. Taulukosta ilmenee myös arvioidut asukasmäärät (31.12.2012 tilanteen perusteella) sekä budjetti, mikäli se säilyy vuosittain samana.

2013		
VVO-kotikeskus	Pitkäaikaisten asukkaiden määrä (asuntoa)	Osuus kokonaisbudjetista
Lappeenranta	238	6 %
Hämeenlinna	325	9 %
Kuopio	514	14 %
Turku	912	25 %
Vantaa	1 691	46 %
Yhteensä	3 680	100 %

2014		
VVO-kotikeskus	Pitkäaikaisten asukkaiden määrä (asuntoa)	Osuus kokonaisbudjetista
Oulu	454	12 %
Jyväskylä	456	12 %
Tampere	1 187	31 %
Helsinki	1 727	45 %
Yhteensä	3 824	100 %

2015		
VVO-kotikeskus	Pitkäaikaisten asukkaiden määrä (asuntoa)	Osuus kokonaisbudjetista
Rovaniemi	215	6 %
Espoo	825	23 %
Lahti	1 087	30 %
Järvenpää	1 532	42 %
Yhteensä	3 659	100 %

Valtakunnalliset tapahtumat on perinteisesti järjestetty syksyllä, joten pitkäaikais-ten asukkaiden tapahtumia kannattaa järjestää enimmäkseen alkuvuodesta tai kesällä. Kaupunginteattereille ei välttämättä ole näytöksiä kesäisin, mutta erilais-ten kesäteattereiden tarjonta kannattaa myös huomioida.

KENELLE?

Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumiin voidaan kutsua yli 10 vuotta yhtäjaksoisesti VVO:lla asuneita pää- ja kanssavuokralaisia. Kohderyhmät ulkopuolelle rajautuvat ne, joiden vuokrasopimus on tehty yrityksen nimiin.

31.12.2012 kohderyhmään kuuluvia (vuonna 2003 tai aiemmin VVO:lle muuttaneita) asukkaita asui 11 163 asunnossa. Yli 10 vuotta asuneiden asukkaiden asunnoissa asui yhteensä 2 400 kanssavuokralaista. Yhteensä pitkäaikaisia asukkaita on siis 13 563 henkeä (tilanne 31.12.2012).

Pitkäaikaisista asukkaista suurin ikäryhmä (28,1 %) on 1950-luvulla syntyneet. 1940–1950-luvuilla syntyneiden osuus on 72,2 %. Suurin osa kutsutuista on siis tapahtumahetkellä 44–73-vuotiaita. Myös eläkeikäisten (ennen vuotta 1950 syntyneet) suuri osuus täytyy huomioida, sillä heitä on kohderyhmästä 34,5 %.

MITEN?

Kattotapahtumassa oma tapahtuma rakennetaan valmiin tapahtuman ja sen teeman sisälle (Vallo & Häyrinen 2012, 64). Se on mielestäni toimivin tapa toteuttaa pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumat. Kattotapahtuma on teatteriesitys tai muu valmis tapahtuma. Teatteri-iltojen teatteriesitys kannattaa valita huolella. Mikäli teatteriesitys on liian taiteellinen tai vaikeasti tulkittava, saattaa vieraille jäädä koko tapahtumasta huono mielikuva.

TAPAHTUMAN SUUNNITTELU

Tapahtuman suunnittelun tärkeyttä ei voi liikaa korostaa, sillä tapahtumia ei voi kelata taaksepäin tai editoida. Tapahtumat ovat ainutlaatuisia ja kaiken pitää onnistua ensimmäisellä yrittämällä. Kaiken tulee siis olla huolella suunniteltua, eikä mitään kannata jättää sattuman varaan. Onnistuneen tapahtuman suunnittelussa täytyy ottaa huomioon myös pienet yksityiskohdat. Näin kokonaisuudesta voidaan saada täydellinen. Kaikkien tapahtuman suunnittelutyöhön osallistuvien henkilöiden tulee ymmärtää, minkälaisia ovat yrityksen markkinointistrategia, yrityskulttuuri, arvot, etiikka ja taloudelliset resurssit. Myös tapahtuman kohderyhmän ja sen käyttäytymismallien tulee olla selvillä. Kaiken lähtökohtana on kuitenkin tavoitteiden määrittely. Tapahtumaa ei tulisi lähteä suunnittelemaan ja toteuttamaan ennen kuin on selvillä, miksi tapahtuma järjestetään ja mihin sitä tarvitaan. (Muhonen & Heikkinen 2003, 114–117, 121.)

TAPAHTUMAPROSESSI

Seuraavassa taulukossa on ohjeellinen tapahtumaproessin kulku aikatauluineen teatteri-iltoihin. Mikäli osallistujamäärä on erityisen suuri tai valittu näytös on suosittu, kannattaa suunnittelun aloittamista ja lippujen varaamista aikaistaa. Ainoastaan toteutusvaiheessa käytettävä aika on pakko käyttää tapahtumapäivänä. Muihin vaiheisiin käytettävä aika jakaantuu usealle eri päivälle tarpeen mukaan. Työmäärää voi myös jakaa muiden töiden ja kiireiden mukaan. Kaikki aika ei myöskään kohdistu vain yhdelle henkilölle, vaan esimerkiksi suunnitteluvaiheessa ilmoittautumisten vastaanottamiseen kuluva aika kannattaa jakaa useammalle työntekijälle. Toimistopalveluja kannattaa pyytää avuksi ilmoittautumisten vastaanottamisessa.

Vaihe	Ajankohta	Käytettävä aika	Toimenpiteet
Suunnittelu	8 viikkoa ennen tapahtumaa	10 päivää (87 %)	<ul style="list-style-type: none"> - Suunnittelun aloitus ja budjetointi - Paikan ja näytöksen valitseminen - Lippujen ja ruokailun varaaminen - Kutsujen lähettäminen - Ilmoittautumisten vastaanottaminen
Toteutus	Tapahtumapäivänä	Puoli päivää (4 %)	<ul style="list-style-type: none"> - Rakentaminen: pöydät, ilmoittautumispiste, opasteet - Tapahtuman aikana: vieraiden vastaanotto, opastus, seurustelu - Purkuvaihe: ilmoittautumispisteen ja opasteiden poistaminen
Jälki-markkinointi	Viikon sisällä tapahtumasta	1 päivä (9 %)	<ul style="list-style-type: none"> - Kiitoslahjat työntekijöille - Kiitosviesti ravintolaan ja teatteriin sekä mahdollinen palaute - Kiitosviestit ja palautekysely asiakkaille

Tapahtumaa ei kannata lähteä toteuttamaan, mikäli suunnitteluun ja toteutukseen ei ole tarpeeksi aikaa. Tällöin parempi vaihtoehto on siirtää tapahtumaa myöhemmäksi tai olla järjestämättä sitä ollenkaan. Tavalla tai toisella epäonnistunut tapahtuma tuhlaa sekä aikaa että rahaa ja voi aiheuttaa enemmän haittaa kuin hyötyä.

KUSTANNUSARVIO

Kaikissa tapahtuman järjestämiseen liittyvissä käytännön asioissa täytyy ottaa huomioon käytössä oleva rahamäärä. Yleensä esimerkiksi ruoka- ja juomatarjoiluissa on runsaasti eri vaihtoehtoja eri hintaluokista. Myös lippujen hinnoissa on yleensä eroa eri viikonpäivinä ja ryhmälennuksia kannattaa kysyä. Tarjouksia pyytämällä saadaan selvitettyä, mikä on kustannus per henkilö. Tämän jälkeen voidaan laskea, kuinka monta henkeä tilaisuuteen voidaan ottaa.

Henkilökunnan osuutta ei välttämättä tarvitse laskea mukaan budjettiin. Käytännössä kaikissa tapahtumissa no show -prosentti on suurempi kuin nolla, joten henkilökunta voi käyttää ylijääneitä lippuja. Täytyy muistaa, että henkilökunta on

tapahtumassa töissä eikä viihtymässä itse. Tämän takia henkilökunnan täytyy hyväksyä se, ettei heille välttämättä riitä lippuja teatteriesitykseen.

KUTSUT

Kutsu on tapahtuman esite. Se saa aikaan vastaanottajassa mielikuvia ja odotuksia tapahtuman sisällöstä. Kutsun täytyy vastata totuutta eli sitä, millainen tapahtuma oikeasti tulee olemaan. (Vallo & Häyrinen 2012, 127.)

Muistilista pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien kutsuun kirjattavista asioista:

- Tapahtuman luonne
- Paikka ja ajankohta
- Kuinka monelle kutsu on tarkoitettu
- Ohjeet ilmoittautumiseen
- Tilaisuuden maksuttomuus
- Ohjelma pääpiirteittäin
- Pyyntö ilmoittaa erityisruokavalioista, allergioista ja muista rajoitteista
- Kutsuja (yritys ja kutsujan nimi)

Kutsuun voi liittää valmiiksi painetun allekirjoituksen. Jos tapahtuma ei ole kovin suuri, niin suosittelen allekirjoittamaan jokaisen kutsukortin käsin. Näin kutsu vaikuttaa henkilökohtaisemmalta ja arvokkaammalta. Mikäli kutsussa pyydetään ilmoittautumaan puhelimitse, täytyy merkitä myös puhelun hinta (palvelunumero).

VVO:n pitkäaikaisille asukkaille järjestettäviin tapahtumiin kutsu kannattaa lähettää postitse. Kutsuttuja on hyvä pyytää ilmoittautumaan tapahtumaan, jotta paikkalippuja, ruoka-annoksia ynnä muita sellaisia voidaan varata oikea määrä. Kutsut lähetetään noin kolme viikkoa ennen tapahtumaa. Näin kutsutut ehtivät vahvistaa osallistumisensa hyvissä ajoin. Muistutukset lähetetään tekstiviestitse muutama päivä ennen tapahtumaa.

Suosittelen kutsujen lähettämistä porrastetusti, esimerkiksi kahdessa tai kolmessa erässä. Tällöin kutsut lähetetään järjestyksessä ensimmäisenä kaikkein pisimpään asuneille asukkaille. Tällä tavalla jokainen kutsun saanut voi halutessaan osallistua tapahtumaan. Näin vältetään mahdollinen mielipaha, kun kutsun saanut ei mahdollisikaan tapahtumaan.

No show tarkoittaa sitä ihmismäärää, joka on ilmoittautunut tapahtumaan mutta ei kuitenkaan saavu paikalle (Vallo & Häyrinen 2012, 126). No show't ja viime hetken peruutukset ovat käytännössä joka tapahtuman riesana. Hämeenlinnan teatteri-illassa 7.3.2013 no show -prosentti oli hyvin pieni. 81 ilmoittautuneesta saapui paikalle jopa 78. Vain kolme henkilöä jätti tulematta, joten no show -prosentti oli 3,7. Peruutuksia ennen tapahtumaa tuli yhteensä seitsemän henkilön osalta. Kolmen henkilön peruutukset tehtiin vasta tapahtumapäivänä. Näin ollen 88 ilmoittautuneesta 92,0 % osallistui lopulta tapahtumaan.

ILMOITTAUTUMINEN

Kutsuun kannattaa valita vähintään kaksi ilmoittautumistapaa, jotta vastaanottaja voi valita itselleen mieleisensä tavan ilmoittautua (Vallo & Häyrinen 2012, 133). Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa suosittelen ilmoittautumista sähköpostitse ja puhelimitse. Isommissa tapahtumissa (esimerkiksi Vantaa) kannattaa järjestää ilmoittautuminen nettisivuilla, jolloin ilmoittautuneet voivat täyttää valmiin Digium-lomakkeen. Nettisivuille on myös helppo kerätä lisätietoa tapahtumasta, esimerkiksi kartan ja kulkuyhteydet. Kaikki eivät kuitenkaan osaa tai halua käyttää nettiä, joten myös puhelinilmoittautuminen on hyvä olla toisena vaihtoehtona. Lisätietojen kysymistä varten puhelinnumero täytyy olla kutsussa, jonka johdosta osa kutsun saaneista ilmoittautuisi joka tapauksessa puhelimitse. Puhelimitse ilmoittautumisessa täytyy varmistaa resurssit, jotta on tarpeeksi henkilökuntaa vastaamassa puheluihin.

Hämeenlinnan tapahtumassa 7.3.2013 lähes kaikki ilmoittautumiset tulivat puhelimitse. Asiakaspalvelunumero ei puhelusta kuitenkaan ruuhkautunut, sillä kutsut lähetettiin porrastetusti, jolloin myös ilmoittautuminen hajaantui usealle eri päivälle. Erityisesti osallistujamäärältään isoissa tapahtumissa kutsujen postittamisen hajauttaminen on erityisen tärkeää. Asiakas voi saada huonon kuvan tapahtumassa jo etukäteen, jos hän joutuu jonottamaan puhelimesta eikä pääse tekemään ilmoittautumista vaivattomasti.

OPASTEET JA SISÄÄNTULO

Tapahtumapaikan löytäminen kannattaa tehdä kutsuille mahdollisimman helppoksi. Opastekylttien tulee olla selkeitä ja niitä voi olla mieluummin liikaa kuin liian vähän. Usein mukava lisä voi olla ulko-ovella päivystävä henkilö, joka opastaa vieraat eteenpäin. (Vallo & Häyrinen 2012, 174.)

Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumiin saapuville vieraille VVO:n logo on varmasti tuttu merkki. Opasteissa kannattaa käyttää VVO:n logoa ja värejä ja tarvittaessa nuolia ja erilaisia sanallisia ohjeita, kuten "2. kerros" tai "VVO:n asukkaat, tervetuloa!". Vuonna 2012 tuli paljon positiivista palautetta niistä jääkiekkoilloista, joissa joku VVO:n työntekijöistä jaksoi seisoa hallin ulkopuolella näkyvässä paikassa VVO:n logolla varustettu takki päällä. Näin vieraat näkivät jo heti paikalle tullessaan, että heitä on odotettu ja että he ovat oikeassa paikassa.

Ilmoittautumispiste kannattaa rakentaa sisätiloihin ja tarpeeksi kauaksi ulko-ovista, jottei tuuli pääse lennättämään papereita ja lippuja. Ulko-ovella päivystävä henkilö ohjaa vieraat ilmoittautumispisteelle, jonka lisäksi voidaan tarpeen mukaan kiinnittää opasteita. Ilmoittautumispisteellä on koko sisääntulon ajan vähintään yksi henkilö tarkistamassa nimiä listalta, jakamassa lippuja ja ohjaamassa vieraat oikeaan paikkaan. Samalla voi lyhyesti kertoa tapahtuman kulusta ja toivottaa vieraat tervetulleeksi.

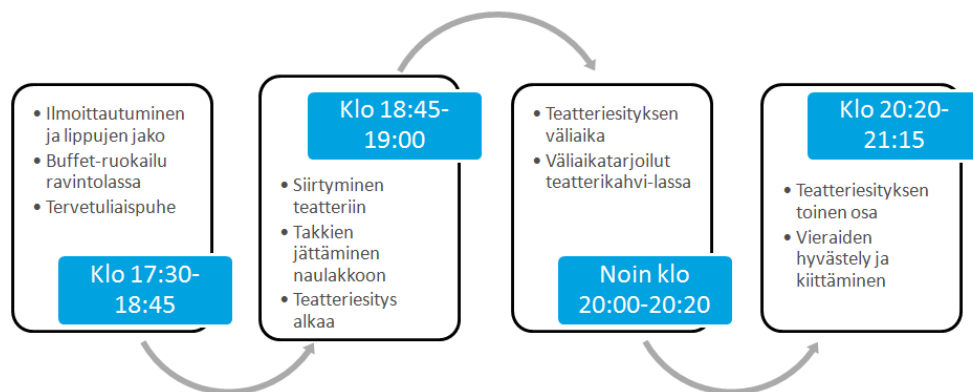
Sisääntulo kannattaa porrastaa. Hyvä keino on kirjoittaa kutsuun esimerkiksi "saavuthan paikalle klo 17:00–17:30 välisenä aikana". Näin vieraille on selvää, milloin paikalla kannattaa viimeistään olla ja ohjelma voi alkaa kello 17:30. Kannattaa kuitenkin varautua, että yleensä ensimmäiset vieraat ovat paikalla jo todella hyvissä ajoin, monesti puoli tuntia ennen kuin on pyydetty. Tämän takia ilmoittautumispiste kannattaa olla valmiina jo hyvissä ajoin. Enintään 60 vieraan tapahtumissa riittää hyvin yksi tai kaksi henkilöä ilmoittautumispisteellä. Yli sadan vieraan tapahtumissa ilmoittautumispisteellä kannattaa olla ainakin kaksi henkilöä.

Ilmoittautumispisteessä kannattaa järjestää teatterin paikkaliput laittamalla helpokulkuiset istumapaikat eri pinoon kuin muut liput. Etukäteen voi tarkistaa, mille paikoille on mahdollisimman vähän rappusia. Myös reunapaikat ovat yleensä helpokulkuisia. Moni liikuntaesteinen osaa jo ilmoittautuessa pyytää helpokulkuista paikkaa itselleen. Kannattaa kuitenkin varautua siihen, että vieras kertoo liikuntaesteestään vasta paikan päällä. Hankalasti kulkeville vieraille voi myös omatoimisesti valita helpokulkuiset paikat.

OHJELMA

Tapahtuman ohjelman voi hahmotella tapahtumakäsikirjoituksen muotoon. Se ilmaisee tapahtuman kulun, eli mitä, missä ja milloin tapahtuu mitään. Käsikirjoituksesta saa kokonaiskäsityksen tapahtumasta, joten se toimii hyvänä työkaluna tapahtumassa työskenteleville. (Vallo & Häyrinen 2012, 161.)

Alla on Hämeenlinnan tapahtuman 7.3.2013 tapahtumakäsikirjoitus. Käsikirjoituksen voi tulostaa ja jakaa tapahtumaan osallistuvien työntekijöille. Taskuun sopivasta lapusta voi tarvittaessa tarkistaa, mitä tapahtuu ja milloin.



Teatteri-illoissa ohjelmana on teatteriesityksen lisäksi VVO:n edustajan tervetuliaispuhe sekä ruokailu ja väliaikatarjoilut. Liikaa ohjelmaa ja varsinkaan liian markkinointihenkistä ohjelmaa ei kannata järjestää. Kuitenkin, jos jotain haluaa tiedottaa, niin tapahtumassa voi saada hyvin kohderyhmän huomion osakseen. Seurustelulle kannattaa jättää tarpeeksi aikaa, eikä tehdä tapahtuman aikataulusta liian tiukkaa.

Ohjelmaa suunniteltaessa kannattaa kiinnittää huomiota siihen, että vieraille ei välttämättä jää kovin tarkasti mieleen, mitä heille sanottiin tai mitä tapahtuman aikana tehtiin tai nähtiin. Sen sijaan vieraat muistavat pitkään, millainen tunne

heiltä jäi tapahtumasta ja minkälaiseksi he tunsivat olonsa. (Raj, Walters & Rashid 2009, 5, 7.)

Tapahtumien ohjelmassa ja kaikessa muussakin suunnittelussa ja toteutuksessa kannattaa kiinnittää huomiota vieraiden kokemaan tunteeseen. Tärkeää on esimerkiksi se, että vieras tuntee olonsa tärkeäksi ja tervetulleeksi jo kutsun vastaanottaessaan.

TAPAHTUMAPAIKKA

Teatteri-illoissa tapahtumapaikaksi kannattaa yleensä valita paikallinen kaupunginteatteri. Kaupunginteatteri on yleensä paikkakunnalla tunnetuin teatteri ja todennäköisesti myös suurin. Suurissa kaupungeissa voi toki kartoittaa myös muita olemassa olevia vaihtoehtoja. Pienemmässä teatterissa saattaa onnistua jopa yksityisnäytös, mikä sekin voi olla mukava vaihtoehto. Oleelliset asiat teatterin valinnassa ovat sijainti, ohjelmisto, hinnat, istumapaikkojen määrä sekä muut tilat väliaikatarjoiluja varten.

Jotkin teatterit voivat tarjota ruokailun ennen näytöstä. Hyviä vaihtoehtoja ovat myös lähialueen ravintolat, joista kannattaa pyytää tarjouksia. Ravintolan nettisivut ja heidän lähettämänsä tarjoukset antavat yleensä aika hyvän kuvan ravintolan tasosta. Myös paikallisen VVO-kotikeskuksen työntekijöiltä voi kysyä, ovatko he käyneet syömässä kyseisessä ravintolassa ja voivatko he suositella sitä. Ruokailu on paras olla joko samassa rakennuksessa teatterin kanssa tai mieluiten alle viiden minuutin kävelymatkan päässä.

Myös naulakkopalvelu kannattaa selvittää ja sopia etukäteen, jotta lasku voidaan pyytää suoraan VVO:lle, eikä asukkaiden tarvitse itse maksaa takkien säilytyksestä. Naulakkopalvelun kanssa voidaan sopia osallistujamäärän mukainen kiinteä maksu, jolloin vieraat hoitavat maksamisen kertomalla olevansa VVO:lta. Vieraille voidaan jakaa myös jonkinlainen lappu, joka toimii maksuvälineenä naulakossa.

AJANKOHTA

Tapahtuman ajankohta ja kesto vaikuttavat oleellisesti kutsuttujen halukkuuteen osallistua tapahtumaan. Tapahtuman kesto tulee myös suunnitella sopivaksi sekä osallistujille että tapahtuman sisällölle. Tapahtuman aikataulua ei kannata suunnitella liian tiukaksi, mutta toisaalta liika luppoaika on ikävää osallistujille. Myös hyvin myöhäinen tapahtuman päättymisajankohta voi karsia osallistujia. (Vallo & Häyrinen 2012, 137–147.)

VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumat kannattaa järjestää yleisten työaikojen ulkopuolella eli arkisin klo 17 jälkeen tai viikonloppuisin. Tapahtuman ajankohdan määrittelee teatteri-illoissa myös teatterin näytösajat. Yleensä teatteriesitykset alkavat myös viikolla kello 19, jolloin tapahtuma päättyy noin kello 21 jälkeen. Tämän myöhemmäksi tapahtuman päättymistä ei kannata siirtää, koska muutoin osallistujia voi vaivata seuraavan aamun herätys töihin.

TARJOILUT

Pitkäaikaisten asukkaiden teatteri-iltoihin voidaan kutsua vieraat jo hyvissä ajoin ennen näytöksen alkamista. Tällöin voidaan rauhassa nauttia kevyt illallinen sekä toivottaa vieraat tervetulleeksi. Teatteri-illan henkeen kuuluvat oleellisesti myös väliaikatarjoilut. Illallisen yhteydessä ei välttämättä tarvitse tarjota kahvia ja jälkiruokaa, vaan väliajalla tarjotaan kahvi ja tee sekä leivos tai muu pieni makea tarjottava.

Alkoholin tarjoamista kohtuudella voi harkita illallisen tai väliaikatarjoilujen yhteydessä. Ruoan kanssa voi tarjota lasillisen viiniä tai olutta ja kahvin kanssa maistuu konjakki tai likööri. Alkoholi on kallista, joten täytyy tarkkaan miettiä, tuoko alkoholin tarjoaminen tapahtumalle lisäarvoa. Alkoholia kaipaavat vieraat voivat halutessaan myös ostaa alkoholijuomia omalla kustannuksellaan. Toisaalta kohtuullinen alkoholin tarjoaminen voi tuoda tilaisuuteen lisää juhlavuutta.

Hämeenlinnan teatteri-illassa 7.3.2013 tarjottiin ruokajuomana puna- ja valkoviiniä vapaalla kaadolla. Menekki oli siis suunnilleen yksi viinipullo kolmea vierasta kohden. Kokonaishinta viineille oli 1 044 euroa eli noin 21 prosenttia kokonaisbudjetista. Alkoholi vie budjetista mielestäni turhan suuren osan. Hämeenlinnan teatteri-illassa muutama vieras myös selvästi nauttivat viiniä turhan paljon, ja se aiheutti pientä häiriötä. Tulevissa tapahtumissa alkoholin tarjoamista voi harkita tapahtumakohtaisesti.

HENKILÖSTÖ JA VASTUUNJAKO

Tapahtuman järjestäjä on vastuussa tapahtumasta kokonaisuudessaan. Parhaaseen tulokseen pääsee, kun vastuuhenkilö huolehtii pienimmistäkin yksityiskohdista. Suurpiirteisyys ei ole hyvä piirre tapahtumasta vastuussa olevalle henkilölle, vaan hänen tulee jaksaa varmistaa ja huolehtia kaikkien ennalta sovittujen asioiden toteutuminen. (Vallo & Häyrinen 2012, 224–226.)

VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden teatteri-illoissa tapahtumassa päävastuullinen henkilö on VVO:n avainasukaspäällikkö tai joku muu tapahtuman suunnittelusta ja toteutuksesta vastaava henkilö. Hän vastaa koko tapahtuman sujuvuudesta sekä muun henkilökunnan opastamisesta. Hänen vastuullaan on tarkistaa paikan päällä esimerkiksi ravintolan kanssa sovitut asiat sekä muun henkilökunnan opastaminen. Päävastuussa oleva henkilö voi tarvittaessa tehdä paikan päällä päätöksiä ja muutoksia. Hän myös vastaa siitä, että kaikki tarvittava on mukana.

Muistilista pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumiin mukaan otettavista asioista:

- Nimilista ilmoittautuneista ja henkilömääristä aakkosjärjestyksessä
- Liput teatteriin
- Yhteistyökumppaneiden yhteystiedot (mm. ravintola, lipunmyynti)
- Opasteet
- Kyniä, tusseja ja teippiä
- Nimilaput VVO:n henkilökunnalle
- VVO:n vaatteet (esimerkiksi kauluspaita ja villatakki)

- Katsomokartta
- Kartta tapahtumapaikalle
- Roll uppeja

VVO:n pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumiin voi pyytää apuvoimia paikallisesta VVO-kotikeskuksesta. Alle sadan vieraan tapahtumassa voi riittää yksi apuhenkilö, mutta yli sadan vieraan tapahtumissa olisi hyvä olla vähintään kaksi apuhenkilöä. Henkilökuntaa tulee tiedottaa tapahtuman aikataulusta ja sisällöstä hyvissä ajoin esimerkiksi sähköpostitse. Apuhenkilöt kannattaa pyytää paikalle noin tuntia ennen kuin vieraat on pyydetty saapumaan. Näin käytännön asiat ehtii kerrata kasvokkain ja selvittää muun muassa naulakoiden ja wc-tilojen sijainti. Hyvissä ajoin saapuminen kannattaa myös, jotta tarvittaessa ehtii tehdä viime hetken järjestelyjä ennen vieraiden saapumista. Se ei haittaa, vaikka luppoaikaa jäisikin, mutta se haittaa, jos järjestelyt ovat kesken vieraiden saapuessa tai jos henkilökunta ei ole tilanteen tasalla heti tapahtuman alusta lähtien.

Apuhenkilöitä kannattaa ohjeistaa myös siinä, miten vieraiden kanssa on tarkoitus seurustella ja miten heihin toivotaan suhtauduttavan. Esimerkiksi ruokailussa henkilökunta voi sijoittua jäljelle jääneille hajapaikoille, jolloin keskustelu asukkaiden kanssa on luonteva aloittaa. Henkilökunnan tulee muistaa, että asukkaat ovat tapahtuman vieraita ja siten arvoasteikolla korkeammalla. Henkilökunta on koko tapahtuman ajan töissä ja heidän tehtävänä on olla vieraiden apuna. Asiallisen asiakaspalveluasenteen voi tapahtumassa jättää kuitenkin taka-alalle, sillä tapahtuman luonteeseen sopii paremmin rento keskustelu. Vieraiden kanssa saa ja kannattaa jutustella ja tarttua heidän aloittamiin keskusteluaiheisiin. Myös omaa persoonallisuutta ja huumoria voi käyttää harkiten.

MITÄ SITTEN?

Tapahtuman jälkeen vieraat täytyy muistaa jälkihoitaa. Hyvällä jälkihoidolla voidaan pidentää tapahtumassa synnytettyä muistijälkeä useilla viikoilla. Jälkihoitoon ei välttämättä tarvitse kuluttaa suuria summia, vaan joskus pelkkä kiitoskirje tai -kortti tai sähköposti riittää. Vieraiden muistaminen jollakin tavalla kuuluu kuitenkin aina asiaan. (Muhonen & Heikkinen 2003, 125.)

Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa vieraiden kiittämisen voi hoitaa palautekyselyn yhteydessä. Tapahtuma itsessään on vieraiden kiittämistä pitkäaikaisesta asiakkuudesta, joten ei välttämättä ole tarvetta sen mahtipontisempaan kiittämiseen. Lisäksi paikallisen VVO-kotikeskuksen työntekijöitä kannattaa kiittää avusta. Teatterille, ravintolalle ja muille tapahtumassa mukana olleille tahoille voi lähettää tapahtuman jälkeen kiitokset vaikka sähköpostitse. Samalla voi tarvittaessa antaa myös palautetta.

Tapahtuman jälkeen on myös tärkeää arvioida tapahtuman onnistuminen sekä analysoida saatu palaute. Erityisesti korjaavasta palautteesta kannattaa ottaa jatkossa oppia jatkoa varten. Lisäksi tulee arvioida, kuinka hyvin ennen tapahtumaa asetettuihin tavoitteisiin päästiin.

PALAUTETTEEN KERÄÄMINEN

Tapahtuman jälkeen on tärkeää saada tietää, miten vieraat kokivat tapahtuman, mitä olisi voitu tehdä toisin ja mikä oli vieraiden mielestä kaikkein parasta (Vallo & Häyrinen 2012, 184). Muhonen ja Heikkinen (2003, 143) huomauttavat että tyypillisesti käytetty palautelomakkeen täyttäminen tapahtuman lopuksi voi latistaa ikävästi tunnelmaa. Tämän takia suosittelen keräämään palautetta tapahtuman jälkeisenä päivänä tekstiviestitse tai sähköpostitse. Viestien lähettämiseen voi käyttää esimerkiksi Fonectan Kontaktikonetta.

Seuraavassa on esimerkki palautetekstiviestin sisällöstä.

Kiitos osallistumisestasi eilen teatteri-iltaan! Vastaa maksutta tähän viestiin VVOPALAUTE ja anna arvostana (1-5) illalle kokonaisuutena. Esimerkiksi: VVOPALAUTE 4. Voit myös kirjoittaa avointa palautetta arvostuksen jälkeen. Terveisin VVO

Tekstiviestitse lähetettävän palautekyselyn etu on sen helppous, nopeus ja edullisuus. Suurin heikkous tekstiviestikyselyssä on se, että etenkin iäkkäät asukkaat eivät välttämättä osaa lähettää tekstiviestiä tai tuntevat palautteen antamisen tekstiviestitse muuten hankalaksi. Tekstiviestikyselyyn ei myöskään mahdu juuri kysymyksiä, joten palautteen määrä voi jäädä suppeaksi. Jokaisen tapahtuman kohdalla kannattaa miettiä myös muita tapoja kerätä palautetta. Esimerkiksi, jos josakin tapahtumassa tulee paljon ilmoittautumisia sähköpostitse, voisi heille harkita palautekyselyn lähettämistä sähköpostitse. Tällöin kysely voidaan toteuttaa esimerkiksi Digiumilla ja kyselystä voidaan tehdä yksityiskohtaisempi.

Tapahtuman aikana tai tapahtuman jälkeen annettuja spontaaneja kehuja ja kiitoksia ei kannata jättää huomioimatta. Suulliset palautteet kannattaa kirjata ylös mahdollisimman pian ja analysoida ne yhdessä palautekyselyn kautta tulneiden palautteiden kanssa. Myös VVO-kotikeskusten henkilökuntaa kannattaa pyytää kertomaan suullisista palautteista, joita he ovat saaneet.

TAPAHTUMAN ONNISTUMISEN ARVIOINTI

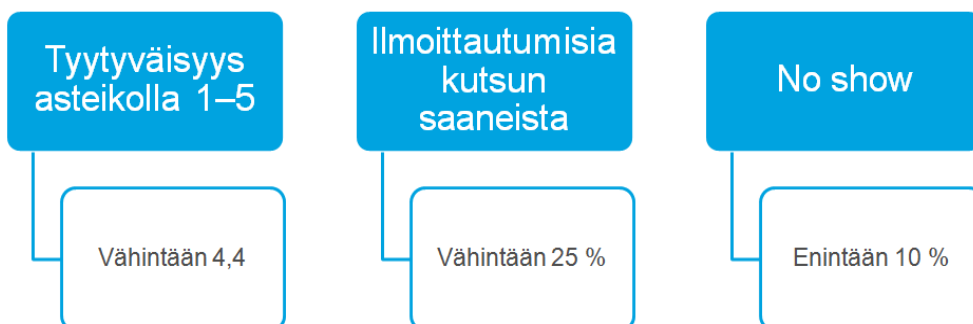
Tapahtuman onnistumisen arvioinnissa tulee ottaa huomioon erityisesti se, miten ennen tapahtumaan asetetut tavoitteet toteutuivat. Myös tuotantoprosessin arvioiminen on tärkeää. Näin mahdolliset virheet osataan välttää tulevaisuudessa ja toisaalta onnistuneiksi ratkaisuksi todetut käytännöt voidaan ottaa käyttöön jatkossakin. (Muhonen & Heikkinen 2003, 125–126.)

Muhonen ja Heikkinen (2003, 134–135) jakavat tapahtuman tutkimisen ja arvioinnin vaiheet viiteen eri osa-alueeseen (katso seuraava kuva). Ensimmäiseksi määritellään lähtötaso eli se, missä tilanteessa ollaan ennen tapahtuman toteutusta. Toisessa vaiheessa asetetaan tapahtumalle tavoitteet. Tämän jälkeen alkaa tutki-

musvaihe, jossa kerätään kaikki tarvittava tieto ja luvut analysointia varten. Tämä vaihe sisältää myös tapahtuman sisällön ja ulkoisten puitteiden arvioinnin. Neljännessä vaiheessa analysoidaan, miten hyvin asetetut tavoitteet saavutettiin. Lopuksi mietitään jatkotoimenpiteet ja arvioidaan, kannattaako vastaavaa tapahtumaa edes järjestää uudelleen.



Tapahtuman onnistumisen arvioinnissa voidaan löytää joitakin tarkasti mitattavia mittareita. Esimerkiksi palautekyselyn kokonaistyytyväisyysarvosana, osallistumisprosentti ja no show -prosentti voidaan laskea jokaisen tapahtuman jälkeen. Tuloksia kannattaa myös verrata aikaisempiin tapahtumiin. Seuraavassa kuviossa on esimerkit tavoitetasoista edellä mainituille mittareille.



KEHITYSEHDOTUKSET

Jokainen tapahtuma on erilainen, joten pelkkä opas tapahtuman järjestämiseksi ei voi koskaan riittää. Tapahtuman järjestäjältä vaaditaan omaa harkintaa ja päätelykykyä sekä rohkeutta tehdä tarvittaessa omia ratkaisujaan. Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumia ei ole tarkoitus toteuttaa vuosikausia identtisellä kaavalla, vaan niin voi ja pitää jatkuvasti kehittää. Tekemiäni ratkaisuja saa myös kyseenalaistaa. Olen jättänyt oppaaseen eri toteutusvaihtoehtoja, sillä usein asiat voidaan järjestää onnistuneesti hyvin monella eri tavalla. Opas on apuna ja tukena tapahtumien järjestämisessä, mutta vastuu on aina järjestäjällä.

Jatkossa pohdittavan arvoinen asia on, kannattaako tapahtumassa tarjoilla alkoholia vai ei. Ja jos tarjoillaan, niin mitä tarjotaan ja millä tavalla. 7.3.2013 tapahtumassa päädyin ruokailun ajan tapahtuvaan viinien vapaaseen kaatoon. Tämä

ratkaisu vei budjetista mielestäni turhan suuren osan ja selkeä haittapuoli olivat myös muutama vieras, jotka eivät osanneet nauttia alkoholia sivistyneesti. Yksi vaihtoehto olisi tarjota konjakki tai likööri teatterin väliaikatarjoilujen yhteydessä. Tällöin myös kustannukset pysyvät paremmin hallinnassa, kun jokaiselle vieraalle tarjoillaan vain yksi annos. Ruokailun yhteydessä viinitarjoilua voisi kokeilla myös vapaan kaadon sijasta niin, että jokaiselle vieraalle tarjoillaan vain yksi tai kaksi lasillista.

Myös palautteen keräämisen tapoja kannattaa miettiä ja kehittää jatkossa. Tekstiviestitse lähetettävällä palautekyselyllä on etunsa ja heikkoutensa. Sähköpostitse tai postitse toteutettavassa laajemmassa palautekyselyssä kannattaa kysyä tapahtuman tavoitteisiin liittyviä kysymyksiä, eikä esimerkiksi mielipiteitä ruokatarjoiluista (Heikkinen 2013). Pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien palautekyselyissä voisi kysyä esimerkiksi tapahtuman vaikutusta asiakkuuteen ja asiakasuskollisuuteen sekä mielipiteitä tapahtumasta pitkäaikaisen asiakkuuden palkitsemismuotona. Kysymykset täytyy muotoilla selkeään ja ymmärrettävään muotoon.

Nina Ståhlsin (2013) mukaan osallistaminen on tulevaisuuden trendi tapahtumissa. Hänen mukaansa kannattaa rohkeasti kokeilla eri keinoja osallistaa tapahtuman vieraita. Ennen tapahtumaa voi esimerkiksi sosiaalisen median kautta kysyä vierailta mielipiteitä tapahtuman sisällöstä. Kun vieraiden annetaan vaikuttaa tapahtumaan, sitouttaa se heitä myös osallistumaan. Osallistamista voi toteuttaa myös tapahtuman aikana. Esimerkiksi vieraat voivat esittää kommentteja tai osallistua kilpailuun lähettämällä tekstiviestin, jonka sisältö voi näkyä vaikkapa tapahtumapaikan seinälle heijastettuna. Tekniikoita ja välineitä on nykypäivänä hyvinkin paljon. Erilaisia osallistamisen keinoja ja tapoja kannattaa pohtia myös pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumissa.

Tapahtuman vaikuttavuutta voi parantaa niin sanotuilla vau-efekteillä, joiden ei välttämättä edes tarvitse olla kovin suuria tai ihmeellisiä. Esimerkiksi kuumana ke-säpäivänä asiapitoisessa seminaaripäivässä voidaan tarjoilla perinteisten iltapäiväkahvien sijasta virkistävät jäätelöt. Vau-efektin luominen ei siis välttämättä ole kustannuskysymys, vaan ennemminkin siihen vaaditaan hyvää mielikuvitusta ja rohkeutta rikkoa tyypillisiä toimintamalleja. (Ståhls 2013.)

Myös pitkäaikaisten asukkaiden tapahtumien suunnittelussa voisi käyttää jatkossa enemmän mielikuvitusta. Hyviä ideoita on mielestäni sallittua varastaa ja niitä voi soveltaa omaan tapahtumaan sopiviksi. Aina kun itse osallistuu erilaisiin tapahtumiin, kannattaa toimivat ideat ja toimintamallit kirjata itselleen ylös muistiin. Tarvittaessa apua ideointiin voi pyytää myös yrityksen muilta työntekijöiltä tai jopa ulkopuoliselta taholta. Ideointiin voisi sopia aivoriihi-tyyppinen työskentely, jossa työryhmän hulluimmatkin ideat otetaan vakavasti harkintaan.

LÄHTEET

Heikkinen, H. 2013. Talentum Events Oy. Kongressi 2013 -messut. Onnistuneen tapahtuman tavoitteet ja tulos. Paneelikeskustelu 17.3.2013. Finlandia-talo.

Muhonen, R. M. & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain - Tapahtumamarkkinoinnin voima. Helsinki: Talentum.

Raj, R., Walters, P. & Rashid, T. 2013. Events Management: Principles & Practise. London: Sage

Ståhls, N. 2013. Haaga-Helia. Kongressi 2013 -messut. Onnistuneen tapahtuman tavoitteet ja tulos. Paneelikeskustelu 17.3.2013. Finlandia-talo.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus - Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 3. uudistettu painos. Tallinna: Tietosanoma Oy.